AUGUST 2019 Vol. 5 Issue 55 THE FIRST ADVERTISING & MARKETING MAGAZINE IN MALAYALAM Price:₹50/-

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE ADCOM

INSIDE OUTSIDE
AD WORLD

THE WORLD OF
EFFECTIVE
COMMUNICATION



ബജറ്റ് 2019
കണക്കും
കാര്യവും

Farah Titina
Bollywood model and actress

ഒന്നിനും സമയമില്ലെങ്കിൽ

മദമിളകിയ ആംബുലൻസുകൾ

സ്ലോഗനുകൾക്ക്
പരസ്യത്തിലെന്തു കാര്യം?

ശരിയായ ശരീരഭാവം

സിനിമാമാസികകളുടെ
ചരിത്രം

MODEL WATCH • STUDENTS CORNER • MOTIVATION • CAREER GUIDANCE • MEDIA


madhyamam.com
സ്നേഹത്തിന്റെ
കരുതൽ,
ആത്മവിശ്വാസത്തിന്റെ
പരിരക്ഷ
മാധ്യമം
കുടുംബം
...കൂടെയുണ്ട്
THE COMPLETE FAMILY MAGAZINE
Scan the QR code
To watch 'Tales Of Love'
For Subscription : www.madhyamam.com/mdmshop or 9645006843
Follow us on : /madhyamamkudumbam /madhyamam_kudumbam /madhyamamkudumbam

ഇനി ഓൺലൈനിലൂടെ മാത്രമല്ല ഫോണിലൂടെയും ഹോസ്പിറ്റൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് ബുക്ക് ചെയ്യാം

2016 ജൂലൈ ഒന്നിനാണ് (ദേശീയ ഡോക്ടേഴ്സ് ദിനം) ക്വിക് ഡോക് ഡോട് കോം കേരള ജനതയ്ക്കായി സമർപ്പിച്ചത്.

ഹോസ്പിറ്റലുകളുടെയും ക്ലിനിക്കുകളുടെയും അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റ് ബുക്കുചെയ്യാൻ സഹായിക്കുന്ന ഓൺലൈൻ ആപ്ലിക്കേഷനാണ് ക്വിക്ഡോക്ഡോട്കോം.ഇപ്പോൾ 142 ആശുപത്രികളിലും 113 ക്ലിനിക്കുകളിലുമായി കേരളത്തിലെ വിദഗ്ധരായ 2743 ഡോക്ടർമാരുടെ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. നിങ്ങളുടെ റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങളുടെ ബന്ധുക്കൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കാം.

ഒരു മാസം മുമ്പു മുതൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. എല്ലാ ദിവസവും രാവിലെ 8 മണിവരെ അതത് ദിവസത്തെ ഏറ്റവും അടുത്ത ടോക്കണുകൾ ലഭിക്കും. അതുപോലെ വിദഗ്ധരായ ഡോക്ടർമാരുടെ സേവനം ഏത് ആശുപത്രിയിലുണ്ട് എന്നും ഏതൊക്കെ ആശുപത്രികളിൽ എന്തൊക്കെ സേവനങ്ങൾ ഉണ്ട് എന്നും അറിയാം.

നിങ്ങൾ എടുക്കുന്ന അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ സ്ഥിരീകരിക്കാനായി qkdoc.com കസ്റ്റമർ കെയർ ടീം നിങ്ങളെ സഹായിക്കും. അതുപോലെ ഏതു സമയത്ത് ചെല്ലണമെന്നും നിർദേശം തരും. കൂടാതെ പൊതുജനങ്ങൾക്കായി സൗജന്യ രോഗനിർണയ ക്യാംപുകളും ആരോഗ്യ സെമിനാറുകളും ആശുപത്രികളുമായി സഹകരിച്ച് നടത്തുന്നുണ്ട്.

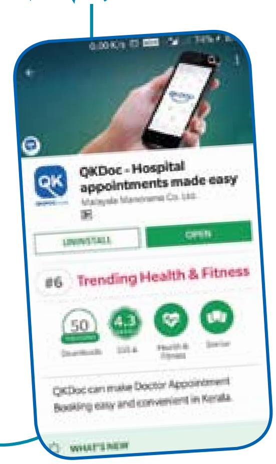
അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കുവാൻ 2 വഴികൾ

ഓപ്ഷൻ 1 *A)* qkdoc.com വെബ്സൈറ്റ് അല്ലെങ്കിൽ qkdoc ആപ്ലിക്കേഷൻ ഡൗൺലോഡ് ചെയ്ത് റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുക B) വേണ്ട ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ/ സ്പെഷലൈസേഷൻ സേർച്ച് ചെയ്യുക C) ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നേടുക D) റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ, ബന്ധുക്കൾക്കോ, ടോക്കണുകൾ നേടാം. അതിനായി Book for another parent ക്ലിക്കു ചെയ്ത് മുൻപോട്ട് പോകുക.

ഓപ്ഷൻ 2 *A)* അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ എടുക്കാനായി 7012612323 (24 x 7) (ഞായറാഴ്ചകളിലും) 8943927714, 0481-2587421 / 422 (രാവിലെ ഒമ്പതു മുതൽ വൈകിട്ട് 6 വരെ) നമ്പരുകളിലേക്ക് വിളിക്കാം B) നിങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ ആശുപത്രി / ക്ലിനിക്ക് / ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക C) നിങ്ങളുടെ ഫോണിൽ വരുന്ന എസ്എംഎസിൽ നിന്നും ഒടിപി നമ്പർപറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു.

ഡോക്ടറുടെ അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റിനായി വിളിക്കുക

7012612323 (24x7)
0481 2587421 / 422
(9 am to 6pm)



ആശുപത്രികളും ക്ലിനിക്കുകളും qkdoc.com ൽ റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുവാനായി വിളിക്കുക : 8086137088, 9447732525

- വിളിക്കുക 7012612323 (24x7) 0481 2587421/422 (9 am to 6pm)
- നിങ്ങളുടെ ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക
- നിങ്ങൾക്കു വരുന്ന SMS ലെ OTP നമ്പർ പറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു

മലയാള മനോരമ

QKDOC.com
Doctor appointments made easy
Powered by manoramaonline

ഉള്ളടക്കം



Cover: Farah Titina
Celebrity Manager : Rakesh Kumar
98197 26960

Vol. 5 | Issue 55 | August 2019







Images Courtesy: Google

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE ADCOM
Advertising is Communication. Marketing is destination
The First Advertising & Marketing Magazine in Malayalam

EDITORIAL

ജയ് കിസാൻ

ഒരു പുതിയ ബജറ്റുകൂടി അവതരിപ്പിക്കപ്പെട്ട മാസമാണ് കടന്നു പോയത്. ആ ബജറ്റിന്റെ ഒരു അവലോകനം ഈ ലക്കത്തിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു. എത്ര ബജറ്റുകൾ വന്നു പോയാലും എന്നും അവഗണിക്കപ്പെടുന്ന ഒരു വിഭാഗമുണ്ട് - കർഷകൻ. മാനവരാശിയെ തീറ്റിപ്പോറ്റുവാൻ സ്വന്തം ജീവിതവും ജീവനും ബലികൊടുക്കാൻ വിധിക്കപ്പെട്ടവർ.

എന്താണ് കർഷകന്റെ പ്രാധാന്യം? അതു മനസ്സിലാക്കാൻ ഫിലോസഫറോ ശാസ്ത്രജ്ഞനോ ഒന്നും ആകേണ്ട ആവശ്യമില്ല. വിശപ്പ് അറിഞ്ഞിട്ടുള്ളവർക്ക് അതു മനസ്സിലാകും. ഇത്രയധികം പ്രാധാന്യമുള്ള ഒരു വിഭാഗം എന്തുകൊണ്ട് ഇത്രയധികം അവഗണക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു എന്ന് വിലയിരുത്തേണ്ടതുണ്ട്. ഓഫറുകൾ ധാരാളമുണ്ട്. പിന്നെ എന്തുകൊണ്ട് കർഷകൻ ആത്മഹത്യ ചെയ്യണം? വളരെ ഗൗരവത്തോടെ ചിന്തിക്കുകയും പരിഹാരം കണ്ടെത്തുകയും വേണം.

കുറെ ലോണുകൾ, പെൻഷനുകൾ ഒന്നും ശാശ്വത പരിഹാരമാവില്ല. ഭക്ഷണം അടിസ്ഥാന ആവശ്യമാണന്നിരിക്കെ അത് അർഹിക്കുന്ന പ്രാധാന്യം ഈ വിഷയത്തിനു നൽകുക. വേനൽ വന്നാലും പ്രളയം വന്നാലും കർഷകന്റെയുള്ളിൽ തീയാണ്. ലോണെടുത്ത് കൃഷി ചെയ്യുന്നവന്റെ തലക്കുമുകളിൽ ഒരു വാൾ എപ്പോഴും തൂങ്ങി കിടക്കുന്നു.

ആഡ്കോം നിർദ്ദേശിക്കുന്നത് കൃഷി സർക്കാർ ഏറ്റെടുക്കുക എന്നുള്ളതാണ്.

കൃഷിയുടെ ചെലവെല്ലാം സർക്കാരുകൾ നടത്തുന്നു. കർഷകന് അവന്റെ അദ്ധ്വാനത്തിനും വിളവിനും ആനുപാതികമായ ലാഭവിഹിതം കൊടുക്കുന്നു. ബാക്കി വിളവുകൾ സർക്കാർ തന്നെ ഏറ്റെടുത്ത് വിതരണം ചെയ്യുന്നു. ഇത് ശാസ്ത്രീയമായും സാങ്കേതികമായും വികസിപ്പിച്ചെടുത്താൽ കർഷകന് സമാധാനമായി പണിയെടുക്കുവാനും നല്ല നിലയിൽ കാർഷികാദായം വർദ്ധിപ്പിക്കുവാനും സാധിക്കും. ഏതൊരു തൊഴിലിനും ആദ്യം വേണ്ടത് മനസമാധാനമാണല്ലോ. ലോണും ലോണിനുവേണ്ടിയുള്ള പരക്കം പാച്ചിലും തിരിച്ചടവിന്റെ ബാദ്ധ്യതയും ജപ്തിയും ആത്മഹത്യയും മോറട്ടോറിയവും ഒന്നും ആവശ്യമില്ല. ചെലവുകളുടെ റിസ്ക്കില്ലാതെ ലാഭം കൊയ്യാനാകുമെന്നതിനാൽ ഒരു കർഷകനും പണിയെടുക്കാതിരിക്കില്ല. മറ്റുള്ളവരെ തീറ്റിപ്പോറ്റാൻ ഈ സാധുക്കൾ എന്തിന് ആത്മഹത്യ ചെയ്യണം?

സ്വകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളും വ്യക്തികളും നടത്തിയിരുന്ന മദ്യവിതരണം സർക്കാരിന് ഏറ്റെടുക്കാമെങ്കിൽ അതിലും എത്രയോ വലിയ പുണ്യമാണ് കൃഷിയുടെ ഏറ്റെടുക്കൽ !

ചീഫ് എഡിറ്റർ



സ്ലോഗനുകൾക്ക് പരസ്യത്തിലെന്തു കാര്യം?

പരസ്യങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കുന്നവർ എപ്പോഴും ജാഗ്രത പുലർത്തേണ്ട ഒരു കാര്യമുണ്ട്. തനിക്കു ചുറ്റുമുള്ളവർ എന്തു പറയുന്നുവെന്ന് കാതോർക്കുക. അതിൽ നിന്നും തനിക്കു വേണ്ടതിനെ കൊത്തിയെടുക്കുക.

മോഹൻലാൽ നായകനായ വന്ദനം എന്ന പ്രിയദർശൻ ചിത്രം കണ്ടവരുടെയെല്ലാം മനസ്സിൽ ഇന്നും മായാതെ കിടക്കുന്ന ഒരു സീനുണ്ട്. പ്രേക്ഷകർ ഏറ്റവും കൂടുതൽ ആസ്വദിച്ച ഈ സീനിലെ നായകനാരെന്നു പറയാമോ?

ഒരു പരസ്യം ഉണ്ടാക്കുമ്പോൾ ഏറ്റവും കൂടുതൽ അധ്വാനം വേണ്ടിവരുന്ന ഒരു ഭാഗമാണിത്.

ക്യാപ്ഷൻ!

ക്യാപ്ഷൻ അഥവാ സ്ലോഗൻ ഉണ്ടാക്കുവാൻ തലപുകയ്ക്കുന്നയാളാണ് ഇതിലെ ഗാഥ എന്ന പേരുള്ള നായിക. ഒരു ചെരിപ്പുകമ്പനിക്കു വേണ്ടി ക്യാപ്ഷൻ (സ്ലോഗൻ) എഴുതുന്ന തിരക്കിലാണവർ. ഒന്നും ക്ലയന്റിനു പിടിക്കുന്നില്ല. ഈ നേരത്താണ് പ്രണയാഭ്യർത്ഥനയുമായി നമ്മുടെ നായകന്റെ വരവ്. എങ്ങനെയും ഗാഥയെ വീഴിക്കുക, ആ ലക്ഷ്യത്തിനായി വളരെ രസകരമായ ഒരടവാണ് അയാൾ പ്രയോഗിക്കുന്നത്.

പരസ്യ ഏജൻസിയിൽ ജോലിചെയ്യുന്ന കോപ്പിറൈറ്റർ നായികയെ കാണാൻ തന്റെ ജാം ഉല്പന്നത്തിനു വേണ്ടി ക്യാപ്ഷൻ എഴുതിക്കുക എന്ന കുതന്ത്രമാണ് ഇവിടെ നായകൻ സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്. തന്റെ പ്രോഡക്റ്റായ ജാമിന് കൊടുത്ത പേരാണ് ഏറ്റവും രസകരം. നായികയുടെ പേരായ ഗാഥ. ഗാഥ ജാം.

നായകന്റെ പ്രേമകോലാഹലം പൊടിപൊടിക്കുകയാണ്. നായികയാവട്ടെ, അതൊന്നും ശ്രദ്ധിക്കാതെ ചെരിപ്പുകമ്പനി ക്യാപ്ഷനുവേണ്ടി തലപുണ്ണാക്കുന്ന



പ്രശസ്തമായ ചില സ്ലോഗനുകളിലൂടെ ഒന്നു കണ്ണോടിക്കാം.

മുദ്ദുഗവു
മനസ്സിൽ ഒരു ലഡുപൊട്ടി
വന്നല്ലോ, വനമാല
വിശ്വാസം അതല്ലേ എല്ലാം
കൊള്ളാമല്ലോ വീഡിയോൺ
എല്ലാരും പറയുന്നു 916 ഭീമ നൽകുന്നു 916
Boost is the secret of my energy
Have a break have a kitkat
I'm lovin it – Mcdonalds

തിരക്കിലും. കഥയുടെ ഗതിമാറുന്ന ആ ടിസ്റ്റ് ഇവിടെയാണ് സംഭവിക്കുന്നത്.

പരസ്യങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കുന്നവർ എപ്പോഴും ജാഗ്രത പുലർത്തേണ്ട ഒരു കാര്യത്തിലേക്കാണ് ഈ സീൻ വിരൽ ചൂണ്ടുന്നത്. തനിക്കുചുറ്റുമുള്ളവർ എന്തുപറയുന്നുവെന്ന് കാതോർക്കുക. അതിൽ തനിക്കുവേണ്ടതിനെ കൊത്തിയെടുക്കുക.

നമ്മുടെ നായകന്റെ വായിൽ നിന്നും ആ വാചകം അടർന്നു വീഴുന്നു:

''എനിക്കു ക്യാപ്ക്ഷൻ കിട്ടുന്നതുവരെ നിങ്ങൾ എവിടെപ്പോയാലും അവിടൊക്കെ ഞാനുണ്ടാവും. Wherever you go I am there…!"

ഇത് കോപ്പിറൈറ്റർ നായികയുടെ ഉള്ളിൽതട്ടുന്നു. എം.ഡി ഫ്ളാറ്റ്. ക്ലയന്റ് ഹാപ്പി. ശേഷം സ്ക്രീനിൽ

കോപ്പിച്ചോറ് കൊലച്ചോറ്!

രസികനായ ഒരു കോപ്പിറൈട്ടർ തന്റെ സംഭാഷണത്തിനിടയിൽ പറഞ്ഞ ഒരു ഡയലോഗിൽ ക്യാപ്ക്ഷൻ തൊഴിലാളിയുടെ കഷ്ടപ്പാടുകൾ കാണാം. ആനപ്പാപ്പാന്റെ ജോലിയോടാണ് കക്ഷി പരസ്യവാചകമെഴുതുന്നയാളെ ഉപമിച്ചത്. ആനച്ചോറ് കൊലച്ചോറ് എന്ന പ്രയോഗത്തിൽ പുള്ളി ചെറിയ ഭേദഗതിവരുത്തിയപ്പോൾ ദാ, കിടക്കുന്നു ഒരു കിടിലൻ ക്യാപ്ക്ഷൻ: 'കോപ്പിച്ചോറ് കൊലച്ചോറ്'.

പരസ്യങ്ങളുടെ വിജയത്തിനുപിന്നിൽ ക്യാപ്ക്ഷൻ അഥവ സ്ലോഗനു വലിയ പങ്കുണ്ടെന്ന് നർമ്മത്തിൽ പൊതിഞ്ഞ് പറയുന്ന ചിത്രമാണിത്. ഇതിൽ പരസ്യമായിപ്പറയേണ്ട ഒരു സത്യമുണ്ട്. ഒരു പരസ്യത്തിന്റെ മർമ്മമാണ് സ്ലോഗൻ എന്നുപറയാം.

സ്ലോഗൻ സ്ലോ ആകരുത്....

പരമാവധി 5 വാക്കുകളിൽ വളരെ ക്യാച്ചിയായി ഒതുക്കി പറയേണ്ട ഒന്നാണ് സ്ലോഗൻ. ഉല്പന്നത്തെ ഉപഭോക്താക്കളുടെ മനസ്സിൽ മായാതെ നിർത്തുക എന്നതാണ് സുപ്രധാനം. ബ്രാൻഡ് റീക്കോൾ (Brand Recall) എന്നതാണ് ഒരോ സ്ലോഗന്റെയും ദൗത്യം. ഇവിടെ എടുത്തുപറയേണ്ട ഒരു കാര്യം ബ്രാൻഡ് നെയ്മിനെക്കുറിച്ചാണ്. സ്ലോഗനിൽ പ്രോഡക്റ്റ് നെയിം വേണമെന്നില്ല, പക്ഷേ ഉണ്ടായാൽ ഡബിൾ പഞ്ച് ഉറപ്പ്. പ്രശസ്തമായ ലൈഫ്ബോയ് സോപ്പിന്റെ സ്ലോഗൻ ശ്രദ്ധിക്കുക- ലൈഫ്ബോയ് എവിടെയോ അവിടെയാണാരോഗ്യം.



Ad Slogans

A slogan is a catchy phrase or series of words-- less than five words -- that tells potential customers the benefits they can expect when choosing your product or service, or establishes your company brand.

Most slogans are catchy, declarative phrases that use devices such as metaphors, alliteration or rhymes with simple, vibrant language. In most cases, slogans don't actually mention the company name or product, but instead focus on what the company or product does and how it is different from anything else on the market. This helps customers remember you and your company when they are shopping for the product or service you offer. Companies create slogans to use in various marketing efforts in hopes that the phrases will stick in people's minds.



പരസ്യത്തിലെ 3 വീരന്മാർ

- ശക്തവും പ്രേക്ഷകരോട് സംവദിക്കാൻ പര്യാപ്തവുമായ ഒരു ലോഗോ
- ബ്രാൻഡ് റീക്കോൾ ക്യാരി ചെയ്യുന്ന ഒരു സ്ലോഗൻ
- മികവുറ്റ ബ്രാൻഡ് നെയിം.

ഈ 3 ഘടകങ്ങളും ബ്രാൻഡ് ഐഡന്റിറ്റി സൃഷ്ടിക്കുവാൻ അനിവാര്യം തന്നെ.

എതിർബ്രാൻഡുകളിൽ നിന്നും തങ്ങളുടെ ബ്രാൻഡിനെ വേർതിരിച്ചുനിർത്താനുള്ള കാര്യക്ഷമതയാണ് ഒരു സ്ലോഗനുണ്ടാവേണ്ട പ്രഥമ ഗുണം.

ജിംഗിൾ ജിംഗിൾ ലിറ്റിൽ സ്റ്റാർ...

അച്ചടിമാധ്യമത്തിൽ സ്ലോഗനുള്ള അതേ റോളാണ് ടെലിവിഷൻ- ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങളിൽ ജിംഗിൾ നിർവ്വഹിക്കുന്നത്. ബ്രാൻഡിനെ ജനകീയമാക്കുന്ന പണിയാണ് ജിംഗിളിന്റേത്.

വിപണിയിൽ ശ്രദ്ധേയമായ ചില ജിംഗിളുകൾ:

മധുരസ്വപ്നങ്ങളേകും ജയലക്ഷ്മി

മാംഗോ ഫ്രൂട്ടി, ഫ്രഷ് & ജൂസി

വാഷിംഗ്പൗഡർ നിർമ്മ

അയപ്പന്റെമ്മ നെയ്യപ്പം ചുട്ടു - പോപ്പി

കുഞ്ഞാഞ്ഞ വന്നാൽ ജോൺസ് കുട

ലുങ്കിയുടുത്തുവാ...കിറ്റെക്സ് ലുങ്കിയുടുത്തുവാ

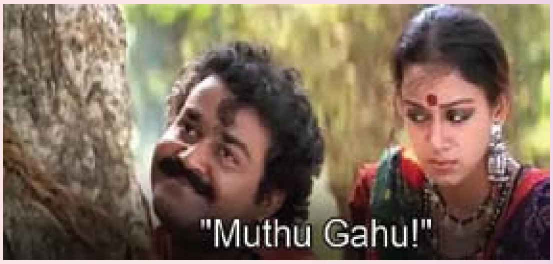
പത്തരമാറ്റവൾക്കേകാൻ ഭീമതൻസ്വർണ്ണം

ചാർത്തിടേണം

മുദ്ദുഗവു.

ഒരു വാക്കോ അല്ലെങ്കിൽ ഒരു വരിയോ, ട്യൂണോ കേൾക്കുമ്പോൾ അതുമായി നാം ചില ഉല്പന്നങ്ങളെ അസോസിയേറ്റ് ചെയ്യുന്നു.

ഈ അസോസിയേഷൻ സാധിക്കുന്നതിനുള്ള പാലമാണ് സ്ലോഗനും ജിംഗിളും. മലയാള സിനിമകളിൽ ഈ വിപണനതന്ത്രം നന്നായി ഉപയോഗിച്ചിട്ടുണ്ട്. നരസിംഹം എന്ന മോഹൻലാൽ ചിത്രത്തിലെ 'നീ പോ മോനെ ദിനേശ', രാവണപ്രഭുവിലെ 'സവാരിഗിരിഗിരി', സന്ദേശത്തിലെ 'നീ പോളണ്ടിനെക്കുറിച്ച് ഒരക്ഷരം പറയരുത്', തേൻമാവിൻ കൊമ്പത്തെ 'മുദ്ദുഗവു' തുടങ്ങിയവ നല്ല ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.





കെ.ആർ. മോഹൻദാസ്
കോപ്പിറൈറ്റർ
mohanmenon999@gmail.com

Classifieds

The Key to evangelism is a great product. It is easy, almost unavoidable, to catalyze evangelism for a great product. It is hard, almost impossible, to catalyze evangelism for crap.

- Guy Kawasaki

സ്വരൂപം

മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങളുടെ ചാണക്യൻ



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com

ആധുനിക മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങളുടെ അഭിനവ ചാണക്യനാണ് ഫിലിപ്പ് കോട്‌ലർ. റഷ്യൻ സാമ്രാജ്യത്തിൽ നിന്ന് കുടിയേറി ചിക്കാഗോയിൽ സ്ഥിരതാമസമാക്കിയ കുടംബമാണിദ്ദേഹത്തിന്റേത്. 1931 മെയ് 27ന് ജനിച്ച കോട്‌ലർ പ്രസിദ്ധമായ ചിക്കാഗോ യൂണിവേഴ്സിറ്റിയിൽ നിന്നും മാസ്റ്റർ ബിരുദവും മസാച്ചു സെറ്റ്സ് ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് ടെക്നോളജിയിൽ പിഎച്ച്ഡിയും കൂടാതെ സാമ്പത്തിക ശാസ്ത്രത്തിൽ രണ്ട് ബിരുദങ്ങളും നേടിയെടുത്തു. ഇതോടൊപ്പം സാമ്പത്തിക ശാസ്ത്രത്തിലെ മൂന്ന് നോബൽ സമ്മാന ജേതാക്കളിൽ നിന്നും പഠിക്കാവുന്നത്ര കാര്യങ്ങൾ മനപ്പാഠമാക്കി.

പിന്നെ മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലയെ തന്റേതായ നിലയിൽ അതിസൂഷ്മമായി നോക്കിക്കണ്ടു. താൻ കണ്ടതും കേട്ടതും അനുഭവിച്ചതും കൈമുതലാക്കി എഴുത്തിനിരുന്നു. അതിനിടെ മികച്ച കൺസൾട്ടന്റിന്റെ കുപ്പായം തേച്ചുമിനുക്കിയിടാനും മറന്നില്ല. ഇതോടെ ഇദ്ദേഹത്തിന്റെ മാർക്കറ്റിംഗ് മിശ്രിതത്തിന്റെ നിർവചനം ലോകം മുഴുവൻ ശ്രദ്ധിക്കാൻ തുടങ്ങി.

പിന്നെ ഇടം വലം നോക്കാതെ കുത്തിയിരുന്ന് എഴുത്തോട് എഴുത്തായി. മാർക്കറ്റിംഗ് മാനേജ്മെന്റ്, മാർക്കറ്റിംഗ് തത്വങ്ങൾ, എന്തിനുപറയുന്നു-മാർക്കറ്റിംഗ് സംബന്ധിച്ച് കോട്‌ലർ, എ മുതൽ ഇസെഡ് വരെയുള്ള മാർക്കറ്റിംഗ് സ്ഥിതിവിവരക്കണക്കുകൾ, മാർക്കറ്റിംഗ് സ്ഥലങ്ങൾ, രാജ്യങ്ങളുടെ വിപണനം, മാർക്കറ്റ് നിങ്ങളുടെ വളർച്ചയിലേക്കുള്ള വഴി, ആഗോള വിപണികൾ നേടിയത് എന്നിവ ഉൾപ്പെടെ 60 ലധികം പുസ്തകങ്ങളാണ് പടച്ചുകൂട്ടിയത്.

ആരോഗ്യ പരിപാലന ഓർഗനൈസേഷനുകൾക്കായുള്ള സ്ട്രാറ്റജിക് മാർക്കറ്റിംഗ്, സോഷ്യൽ മാർക്കറ്റിംഗ്, എന്നിവയ്ക്കു പുറമേ തന്ത്രപരമായി വിപണനത്തെ ഒരു കലയാക്കിമാറ്റുന്നതെങ്ങിനെയെന്നു കൂടി അവരെ പരിശീലിപ്പിച്ചു. 'സമൂഹത്തിന്റെ ആവശ്യങ്ങളും വ്യാവസായിക പ്രതികരണ രീതിയും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം'എന്നാണ് കോട്‌ലർ ഇതിനെ വിശേഷിപ്പിക്കുന്നത്.

ആദ്യം തന്നെ ഈ അഭിനവ ചാണക്യൻ മറ്റേതൊരു എഴുത്തുകാരനേക്കാളും പണ്ഡിതനേക്കാളും കൂടുതലായി മാർക്കറ്റിംഗിന്റെ പ്രാധാന്യം മനസ്സിലാക്കി എന്നതാണ് സത്യം. മാർക്കറ്റിംഗ് എന്ന കലയിലൂടെയല്ലാതെ മറ്റൊരു കായികാഭ്യസത്തിലൂടേയും ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിനോ, വ്യക്തിക്കോ വിജയത്തിന്റെ കൊടുമുടി കയറാനാകില്ലെന്ന് ഉറപ്പിച്ചെടുത്തു. അതിന് അദ്ദേഹത്തിന് സഹായകരമായത് പീറ്റർ ഡ്രക്കർ വികസിപ്പിച്ചെടുത്ത ഒരു പ്രവണതയെ കടം കൊള്ളാനായി എന്നതിലാണ്. വിലയിൽ നിന്നും വിതരണത്തിൽ നിന്നും ലഭിക്കുന്ന ലാഭത്തിലൊരംശം ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിലേക്കായി മാറ്റിവയ്ക്കണമെന്ന തത്വം. അതോടെ ഉൽപ്പന്നത്തിൽ നിന്നോ സേവനത്തിൽ നിന്നോ ലഭിക്കുന്ന നേട്ടങ്ങളിലേക്ക് കൂടുതൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കാനാവുകയും ചെയ്യുമത്രെ. പിന്നെയുള്ളത്, മാർക്കറ്റിംഗ് എന്ന ആശയം കേവലം വിൽപ്പനയിൽ നിന്ന് ആശയവിനിമയത്തിന്റെയും കൈമാറ്റത്തിന്റെയും പൊതുവായ പ്രക്രിയയിലേക്ക് അദ്ദേഹം മാറ്റിമറിച്ചു. കൂടാതെ ചാരിറ്റികൾ, ആർട്സ് ഓർഗനൈസേഷനുകൾ, രാഷ്ട്രീയ പാർട്ടികൾ, വാണിജ്യേതര സാഹചര്യങ്ങൾ എന്നിവയിലേക്ക് മാർക്കറ്റിംഗ് എങ്ങനെ സർഗാത്മകമായി വ്യാപിപ്പിക്കാനും പ്രയോഗിക്കാനും കഴിയുമെന്ന് അദ്ദേഹം കാണിച്ചു കൊടുത്തു.



ആരോഗ്യകരവും സുരക്ഷിതവുമായ ജീവിതശൈലികളോടുള്ള അവരുടെ പെരുമാറ്റങ്ങളിൽ മാറ്റം വരുത്താൻ വ്യക്തികളെയും ഗ്രൂപ്പുകളെയും സഹായിക്കുന്നതിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്ന സോഷ്യൽ മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖല സൃഷ്ടിക്കാൻ കോട്‌ലർ സഹായിച്ചു.

ഉപഭോക്താക്കളുടെ സംതൃപ്തിയും സമൂഹത്തിന്റെ ക്ഷേമവുമായി ലാഭലക്ഷ്യത്തെ അദ്ദേഹം ബന്ധിപ്പിക്കുന്നു. ഫലപ്രദമായി വിപണനം നടത്തുന്നതിന്, ഉപഭോക്തൃ ക്ഷേമത്തെ ഉയർത്തുകയെന്ന വിപണന ലക്ഷ്യം കമ്പനി തന്ത്രത്തിന്റെ ചങ്കിൽ തന്നെ സൂക്ഷിക്കണമെന്നും എല്ലാ മാനേജർമാരും അത് നടപ്പാക്കണമെന്നും കോട്‌ലർ പറയുന്നു. ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, സേവനങ്ങൾ, അനുഭവങ്ങൾ എന്നിവയ്ക്ക് മാത്രമല്ല, കാരണങ്ങൾ, ആശയങ്ങൾ, വ്യക്തികൾ, സ്ഥലങ്ങൾ എന്നിവയിലും മാർക്കറ്റിംഗ് പ്രയോഗിക്കാൻ കഴിയുമെന്ന് അദ്ദേഹം നമ്മേ അത്ഭുതകരമായരീതിയിൽ വിശ്വസിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നു. ●



ബജറ്റ് 2019
കണക്കും കാര്യവും



ഡോ.മാർട്ടിൻ പാട്രിക്
റിട്ടയേർഡ് ഇക്കണോമിക്സ് പ്രൊഫസർ,
സാമ്പത്തിക വിദഗ്ദ്ധൻ

സ്വകാര്യവത്കരണവും, വിദേശ മൂലധനവും , പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഓഹരി വിറ്റഴിക്കലും പതിവ് നാടകങ്ങളാണ്. ബഡ്ജറ്റിനെ ആഴത്തിൽ പരിശോധിച്ചാൽ വ്യക്തമാകുന്ന ചിത്രവും അതുതന്നെയാണ്.

ഗതകാല സാമ്പത്തിക അവലോകനത്തിന്റെ നേർ ചിത്രമല്ല ബജറ്റ്. എന്നാൽ, വരവ്-ചെലവുകളെ സംബന്ധിച്ച തൊട്ടു മുൻപിലത്തെ വർഷത്തെ 'യഥാർത്ഥ' കണക്കും, നടപ്പു വർഷത്തെ പുതുക്കിയ കണക്കും, വരാൻ പോകുന്ന വർഷത്തെ പ്രതീക്ഷിത കണക്കുമാണ് ഒരു പ്രത്യേക വർഷത്തെ ബഡ്ജറ്റിൽ നിന്നും ലഭിക്കുന്നത്. കുറച്ചുകൂടി വ്യക്തമാക്കിയാൽ 2019 -ൽ അവതരിപ്പിച്ച ബജറ്റ് ബാധകമാകുന്നതു 2019-20 വർഷത്തേക്കാണ്. പ്രസ്തുത ബഡ്ജറ്റിൽ 2017-18 വർഷത്തെ യഥാർത്ഥ കണക്കും, 2018-19 വർഷത്തെ പുതുക്കിയ കണക്കും, 2019-20 വർഷത്തെ പ്രതീക്ഷിത കണക്കുമാണ് നൽകുന്നത്. ഈ സാഹചര്യത്തിൽ നാം ചർച്ച ചെയ്യേണ്ടത് 2017-18 വർഷത്തെ യഥാർത്ഥ കണക്കാണ്. നിർഭാഗ്യവശാൽ എല്ലാവർക്കും താൽപ്പര്യം അടുത്ത വർഷത്തെ (2019-20 വർഷം) കണക്കിലാണ്. ഈ ലേഖനവും പതിവ് ചിട്ട ലംഘിക്കുന്നില്ല.

പരിഷ്കാരങ്ങളുടെ തുടർച്ച

ബജറ്റിനൊരു നയമില്ലെന്നതാണ് ഈ വർഷത്തെ ബജറ്റിനെ സംബന്ധിച്ച ഏറ്റവും വലിയ വിമർശനം. എന്നാൽ ഇത് ശരിയല്ല. സ്വകാര്യവത്കരണവും, വിദേശ മൂലധനവും, പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഓഹരി വിറ്റഴിക്കലും പതിവ് നാടകങ്ങളാണ്. ബഡ്ജറ്റിനെ ആഴത്തിൽ പരിശോധിച്ചാൽ വ്യക്തമാകുന്ന ചിത്രവും അതുതന്നെയാണ്. ബജറ്റ് കൃത്യമായും പരിഷ്കരണ പാതയിൽ തന്നെയാണ്. കൂട്ടത്തിൽ കാർഷിക മേഖലയെയും, സാമൂഹികമേഖലകളെയും തലോടുന്നുണ്ട് എന്നത് കബളിപ്പിക്കൽ മാത്രമാണ്. കണക്കുകളുടെ ശരിയായവിശകലനം അത്തരമൊരു നിഗമനത്തിനാണ്



വഴിയൊരുക്കുന്നത്.

ഉയർന്ന വളർച്ച നിരക്ക് തന്നെയാണ് ബജറ്റ് ലക്ഷ്യമിടുന്നത്. അടുത്ത വർഷം ഏഴു ശതമാനത്തിലധികം വളർച്ച, കാലക്രമത്തിൽ ഇരട്ട അക്ക വളർച്ച എന്നതാണ് ബജറ്റ് ലക്ഷ്യമിടുന്നത്. അതിനായി അടിസ്ഥാന മേഖലയിൽ ഉയർന്ന അളവിൽ നിക്ഷേപം വേണമെന്ന പതിവ് ചിന്ത തന്നെയാണ് ഈ ബജറ്റും പുലർത്തുന്നത്. 20 ലക്ഷം കോടിയിൽ തുടങ്ങി അടുത്ത അഞ്ചു കൊല്ലം കൊണ്ട് 200 ലക്ഷം കോടിയുടെ മുതൽ മുടക്കാണ് ലക്ഷ്യമിടുന്നത്. നല്ല കാര്യം തന്നെ. ഇത് യാഥാർത്ഥ്യമാക്കണം. വകുപ്പ് മന്ത്രിയുടെ പ്രവർത്തന മികവാണ് ഇക്കാര്യത്തിൽ പ്രതീക്ഷക്കു വക നൽകുന്നത്.

പ്രതീക്ഷ വാനോളം നിലനിർത്തുന്ന ധനമന്ത്രി അഞ്ചു ട്രില്യൺ സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയാണ് അഞ്ചു കൊല്ലം കൊണ്ട് ലക്ഷ്യമിടുന്നത്. ഇന്നത്തെ 2.7 ട്രില്യൺ ജി.ഡി.പിയിൽ നിന്ന് അഞ്ചു ട്രില്യനിലേക്കു എത്താൻ കഴിയുന്നതേയുള്ളു. അതിനാവശ്യമായ മറ്റു നിർദേശങ്ങൾ ബജറ്റിലുണ്ടോയെന്നതാണ് പ്രസക്തമായ ചോദ്യം. അതിനായി ബജറ്റ് അവതരണവേളയിലെ സമ്പദ്‌വ്യവസ്ഥയുടെ അവസ്ഥ പരിശോധിക്കാം.

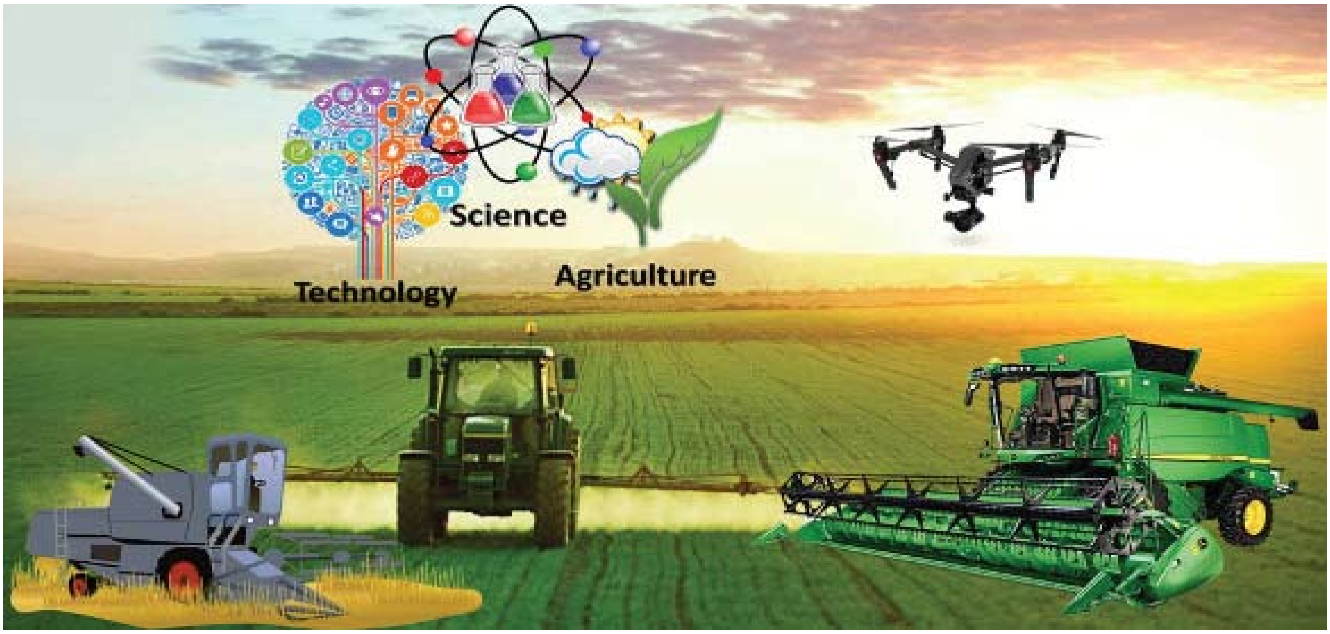
മാന്ദ്യസമ്പദ് വ്യവസ്ഥ

ഇന്ത്യ ഒരു സാമ്പത്തിക മാന്ദ്യത്തിലാണെന്ന വാദം പരക്കെ അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. നോട്ടു പിൻവലിക്കലിന് ശേഷം സമ്പദ് വ്യവസ്ഥ താഴോട്ട് തന്നെയാണ്. അതിനും മുൻപേ, വ്യാവസായിക വളർച്ചയിൽ മാന്ദ്യം നേരിട്ടിരുന്നു. ഏതു അളവുകോൽ എടുത്താലും കഴിഞ്ഞ നാലു പാദ വർഷങ്ങളിലായി ഇന്ത്യയിൽ സാമ്പത്തിക മാന്ദ്യം ദർശിക്കാൻ കഴിയും. ഇതിനു കാരണമെന്താണ്? തകരുന്ന കാർഷിക മേഖല, കലുഷിതമായ തൊഴിൽ രംഗം, മന്ദീഭവിച്ച വ്യവസായ രംഗം, പൊതു സേവനങ്ങളായ വിദ്യാഭ്യാസം ആരോഗ്യ സംരക്ഷണം എന്നിവക്ക് നൽകുന്ന കുറഞ്ഞ പ്രാധാന്യം, അസ്വാസ്ഥ്യം സൃഷ്ടിക്കുന്ന അസമത്വം തുടങ്ങിയവ ഇന്ത്യൻ സമ്പദ് വ്യവസ്ഥ നേരിടുന്ന പ്രശ്നങ്ങളുടെ ചെറിയ നേർകാഴ്ച മാത്രം. ഫലമോ, ഉപഭോഗത്തിൽ വൻ ഇടിവുണ്ടായി. നിക്ഷേപമാവട്ടെ മുപ്പതു ശതമാനത്തിനു താഴെയാണ്. യഥാർഥത്തിൽ, ഇതിന്റെയെല്ലാം അടിസ്ഥാന കാരണം സർക്കാരിന് പൊതു മേഖലയിലായാലും സ്വകാര്യ മേഖലയിലായാലും തൊഴിൽ സൃഷ്ടിക്കാൻ കഴിഞ്ഞില്ല എന്നതാണ്.

കാർഷിക മേഖലയുൾപ്പടെയുള്ള സമസ്ത മേഖലയിലും തൊഴിലിന്റെ അളവ് കഴിഞ്ഞ കാലങ്ങളിൽ കുത്തനെ കുറയുകയുണ്ടായി. അമ്പതു മുതൽ 75 ലക്ഷം വരെ ആളുകൾ വർഷം തോറും തൊഴിൽ മേഖലയിൽ കടന്നു വരുമ്പോൾ, കേവലം 15 ലക്ഷം ആളുകൾക്ക് പോലും തൊഴിൽ നല്കാൻ 2017 – ൽ സർക്കാരിന് കഴിഞ്ഞില്ല. മിക്ക വർഷങ്ങളിലെയും സ്ഥിതി ഇത് തന്നെ. സെന്റർ ഫോർ മോണിറ്ററിങ് ഇന്ത്യൻ ഇക്കോണമി (CMIE) നൽകുന്ന കണക്കുകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് ഈ വിശകലനം. ഫലമോ, ഇന്ത്യ എക്കാലത്തെയും ഉയർന്ന തൊഴിലില്ലായ്മയെ നേരിടുന്നു.

2017–18ലെ നാഷണൽ സാമ്പിൾ സർവ്വേയുടെ കണക്കു പ്രകാരം, 45 വർഷത്തിനിടയിലുള്ള ഏറ്റവും ഉയർന്ന തൊഴിലില്ലായ്മ നിരക്കാണ് ഇന്ത്യ അഭിമുഖീകരിക്കുന്നത്. ഇതുപ്രകാരം തൊഴിലില്ലായ്മ നിരക്ക് 6.1 ശതമാനമാണ് നഗര പ്രദേശങ്ങളിൽ 7.8 ശതമാനവും ഗ്രാമ പ്രദേശങ്ങളിൽ 5.3 ശതമാനവുമാണിത്. ഇത് 2015 ലെ നിരക്കായ അഞ്ചു ശതമാനത്തിലും എത്രയോ ഉയർന്നതാണ്. പുതിയ ചില കണക്കുകൾ തൊഴിലില്ലായ്മ നിരക്ക് ഏഴു ശതമാനത്തിലധികമാണെന്നു സൂചിപ്പിക്കുന്നു. അസിം പ്രേംജി യൂണിവേഴ്സിറ്റിയുടെ റിപ്പോർട്ട് പ്രകാരം (2015) യുവാക്കളായ ഉന്നത വിദ്യാഭ്യസ്തരുടെയിടയിലെ തൊഴിലില്ലായ്മ നിരക്ക് 16 ശതമാനമാണ്.

സാമ്പത്തിക മാന്ദ്യത്തെ അതിജീവിക്കാനുതകുന്ന കാര്യമായ നടപടികൾ ബജറ്റിൽ കാണാൻ കഴിഞ്ഞില്ല എന്നതിന് തെളിവാണ് ഓഹരി കമ്പോളത്തിലെ തുടർച്ചയായ ഇടിവ്. റെയിൽവേ ഉൾപ്പടെ ഉള്ള രംഗങ്ങളിൽ സ്വകാര്യവത്കരണം നടത്തി മേൽ വിവരിച്ച പ്രശ്നങ്ങൾ





പരിഹരിക്കാമെന്നാണ് ബജറ്റ് നിർദ്ദേശങ്ങൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. സംഭവിക്കാൻ പോകുന്നത് ഭാവിയിൽ രാജധാനിയും,കുർള എക്സ് പ്രെസ്സുമെല്ലാം അദാനിമാരായിരിക്കും സ്വന്ത മാക്കുക. പെൻഷൻ മേഖലയുൾപ്പെടെയുള്ള വിവിധ മേഖലകളിൽ വിദേശ മൂലധനത്തിന്റെ വരവിനു അവസരമൊരുക്കുന്ന നിർദ്ദേശമാണ് മറ്റൊന്ന്. കാലഹരണപ്പെട്ട ഈ നിർദ്ദേശങ്ങൾക്ക് ഇതുവരെ കാര്യമായി ഒന്നും ചെയ്യാൻ കഴിയാതിരുന്ന സാഹചര്യത്തിൽ ലോക സമ്പദ് വ്യവസ്ഥ മാന്ദ്യത്തിൽ അകപ്പെട്ടിരിക്കുമ്പോൾ എന്ത് അനുകൂല പ്രതികരണമാണ് സൃഷ്ടിക്കുക? ഇത്തരം പതിവ് രീതികളിൽ നിന്ന് മാറിചിന്തിക്കാൻ ധനമന്ത്രിയെ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നതേയില്ല.

തൊഴിൽ പരിഷ്കാരങ്ങളുടെ തണലിൽ അരങ്ങേറുന്ന നിയമ നിർമാണങ്ങൾ. ശക്തരായ തൊഴിൽസംഘടനകളെ പോലും സ്തബ്ധരാക്കുന്ന അതിസവിശേഷമായ സാഹചര്യത്തെയാണ് നാം ഇന്ന് അഭിമുഖീകരിക്കുന്നത്. ബഡ്ജറ്റിലെ നിർദ്ദേശങ്ങൾ അതിന്റെ പിന്തുടർച്ചയാണ്.

തൊഴിൽ പരിഷ്കാരങ്ങൾ

ഫാക്ടറീസ് ആക്ട് (1948), ഇൻഡസ്ട്രിയൽ ഡിസ്പ്യൂട് ആക്ട് തുടങ്ങിയവയിലെല്ലാം സമൂല മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തി തൊഴിലുടമക്ക് തൊഴിലാളികളെ സമർത്ഥമായിചൂഷണം ചെയ്യാനുള്ള സാഹചര്യം സർക്കാർ സൃഷ്ടിച്ചു കൊടുക്കുകയാണ്. തൊഴിൽ പരിഷ്കാരങ്ങളുടെ തണലിൽ അരങ്ങേറുന്ന നിയമ നിർമാണങ്ങൾ. ശക്തരായ തൊഴിൽ സംഘടനകളെ പോലും സ്തബ്ധരാക്കുന്ന അതിസവിശേഷമായ സാഹചര്യത്തെയാണ് നാം ഇന്ന് അഭിമുഖീകരിക്കുന്നത്. ബഡ്ജറ്റിലെ നിർദ്ദേശങ്ങൾ അതിന്റെ പിന്തുടർച്ചയാണ്. തൊഴിൽ നിയമങ്ങളെല്ലാം നാലു കോഡുകളാക്കി തൊഴിലുടമക്ക് അനുകൂലമാകുന്ന സാഹചര്യത്തിന് കളമൊരുക്കുകയാണ്. ഇത് തീർച്ചയായും മുതലാളിമാർ സ്വാഗതം ചെയ്തു കഴിഞ്ഞു. തന്മൂലം തൊഴിലവസരം വർദ്ധിപ്പിക്കുമെന്നാണ് അവകാശവാദം. കഴിഞ്ഞ കാല സാമ്പത്തിക പരിഷ്കാരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കാത്ത തൊഴിൽ എങ്ങനെയാണോ പുതിയ സാഹചര്യത്തിൽ ഉണ്ടാവുക? മറിച്ചു, തൊഴിലിന്റെ ഗുണനിലവാരം കൂടുതൽ കുറയുകയും, തൊഴിൽ സൃഷ്ടിക്കാനുള്ള കഴിവ് ഉയരാതിരിക്കുകയും ചെയ്യുമെന്നതാണ് അനുഭവങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ പറയാൻ കഴിയുക.

അസമത്വവും വിതരണവും

തൊഴിൽ രംഗം പോലെ അതിഗുരുതരമായ മറ്റൊരു പ്രശ്നമാണ് അസമത്വം. ഏറ്റവും ഒടുവിലത്തെ ഓക്സ്ഫാമിന്റെ റിപ്പോർട്ട് (Oxfam Report) പ്രകാരം, ഇന്ത്യയിലെ മൊത്തം ദേശിയ വരുമാനത്തിന്റെ 77.4 ശതമാനം, ജനസംഖ്യയുടെ (മുകൾ തട്ടിലുള്ള) 10 ശതമാനത്തിന്റെ പക്കലാണ്. ശത കോടീശ്വരന്മാരുടെ വളർച്ചയാണ് ഇപ്പോഴത്തെ സർക്കാരിന്റെ വലിയ നേട്ടം. ഫലമോ, രാജ്യത്തുള്ള 119 അതിസമ്പന്നരുടെ പക്കലുള്ള സ്വത്തിന്റെ മൂല്യം 28 ലക്ഷം കോടി രൂപ വരും. 2019–20 വർഷത്തെ കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെ പൊതു ബഡ്ജറ്റിന്റെ അടങ്കൽ തുക 27.86 ലക്ഷം കോടി രൂപയാണെന്നു ഇത്തരുണത്തിൽ ഓർക്കുന്നത് നന്നായിരിക്കും.

താഴെക്കിടയിലുള്ള 50 ശതമാനം വരുന്ന ആളു

കളുടെ പക്കലുള്ള സ്വത്തിന്റെ മൂല്യത്തിന് സമാനമായ സ്വത്തു മേലെക്കിടയിലുള്ള കേവലം ഒൻമ്പതു അതിസമ്പന്നരിൽ കേന്ദ്രീകരിച്ചിരിക്കുന്നുവെന്ന കണക്ക് അമ്പരപ്പോടെ മാത്രമേ ശ്രവിക്കാൻ കഴിയൂ.

വരുമാനത്തിന്റെ ശരിയായ പുനർവിതരണമാണ് ഇതിനു പരിഹാരം. അതിലേക്കാവശ്യമായ നിർദ്ദേശങ്ങൾക്ക് മറ്റൊരു ബജറ്റിനായി കാത്തിരിക്കണം. സാമൂഹിക പരിരക്ഷ കൊടുക്കുന്ന നിർദേശങ്ങൾ വെള്ള പൂശൽ കർമ്മമാണ് നടത്തിയിരിക്കുന്നത്. സബ്സിഡി, മൊത്തം ചെലവിന്റെ 12 ശതമാനം മാത്രമാണ്. വനിതാ ക്ഷേമത്തിന് അനുവദിച്ച തുകയിൽ കുറവാണു സംഭവിച്ചിരിക്കുന്നത്. കർഷകരുടെ പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിച്ചു അവരുടെ ഉപഭോഗം വർധിപ്പിക്കാനുള്ള ക്രിയാത്മക നിർദ്ദേശങ്ങളുടെ അഭാവവും കാണാം. അഞ്ചു വർഷം കൊണ്ട് അവരുടെ വരുമാനം ഇരട്ടിയാക്കുമെന്ന നിർദേശത്തിനു പഴക്കം മൂന്ന് വർഷമായി. വഞ്ചി തിരുനക്കരെ തന്നെ. കാർഷിക ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് 'വിലസ്ഥിരത' കൈവരിക്കാനുള്ള നിർദേശങ്ങൾക്ക് കർഷകൻ മലർന്നു കിടന്നു നോക്കണമെന്ന മനോഭാവമാണ് സർക്കാർ പുലർത്തുന്നത്.

ഓഹരി കമ്പോളം

മോഡി സർക്കാരിന്റെ രണ്ടാം വരവിന്റെ അൻപതാം നാൾ എത്തിയപ്പോൾ ഓഹരി കമ്പോളത്തിന്റെ നഷ്ടം 12 ലക്ഷം കോടി രൂപയാണ്. ഇതിന്റെ സിംഹഭാഗവും ബജറ്റിന് ശേഷമാണു സംഭവിച്ചത്. ഓഹരി കമ്പോളത്തിന്റെ പരമോന്നത സ്ഥാപനമായ സെബിയുടെ കീഴിൽ ലിസ്റ്റ് ചെയ്യപ്പെട്ടിട്ടുള്ള കമ്പനികളുടെ പൊതുപങ്കാളിത്തം 50 ശതമാനത്തിൽ നിന്നും 75 ശതമാനമായി ഉയർത്തണമെന്ന നിർദേശമാണ് വലിയ തിരിച്ചടി സൃഷ്ടിച്ചത്. ഇത് ശരിയായി നടപ്പാക്കാൻ കഴിയില്ലെന്ന വിമർശനം പരക്കെ ഉണ്ടായി. ഏറ്റവും ഒടുവിൽ, സെബിയുടെ അമരക്കാരൻ പ്രസ്തുത നിർദേശം നടപ്പിലാക്കാനുള്ള ബുദ്ധിമുട്ട് ചൂണ്ടികാണിച്ചു ധനമന്ത്രിക്ക് കത്തെഴുതിയതായി സ്ഥിരീകരിക്കാത്ത വാർത്തയും ഉണ്ട്. രണ്ടാമത്തെ നിർദേശം, കമ്പനികൾ തിരിച്ചു വാങ്ങുന്ന ഓഹരികളുടെമേൽ 20 ശതമാനം നികുതി ചുമത്താനുള്ളതാണ്. ഇതും നിക്ഷേപകരിൽ ആശങ്ക സൃഷ്ടിച്ചു. മൂന്നാമതായി, ഓഹരികളുടെ ദീർഘകാല ലാഭത്തിന്മേലുള്ള നികുതി പിൻവലിക്കുമെന്നുള്ളനിർദ്ദേശം നടപ്പിലാക്കാതിരുന്നതും തിരിച്ചടിയായി. ഉയർന്ന പണക്കാരുടെ മേൽ സർചാർജ് വർദ്ധിപ്പിച്ചതും മറ്റൊരു പ്രത്യാഘാതമായി വിലയിരുത്തപ്പെടുന്നു.

കണക്കുകളിലെ പൊള്ളത്തരം

വരവ്-ചെലവ് കണക്കുകൾ വായിക്കാതെ ധനമന്ത്രി ബജറ്റ് പ്രസംഗം അവസാനിപ്പിച്ചത് എല്ലാവരിലും അത്ഭുതമാണ് സൃഷ്ടിച്ചത്. അതൊക്കെ ബഡ്ജറ്റിൽ ഉണ്ടെന്ന നിലപാടായിരുന്നു മന്ത്രിക്ക്. ജനങ്ങൾ നൽകിയ വൻ ഭൂരിപക്ഷത്തിന്റെ അഹന്തയും ധാർഷ്ട്യവും സർക്കാരിനും മന്ത്രിക്കും ഉണ്ടായതു കൊണ്ടായിരിക്കാം ഇത്തരത്തിൽ ഒരു സമ്മാനം ഉടൻ തന്നെ അവർ ജനങ്ങൾക്ക് നൽകിയത്. കണക്കുകളിലൂടെ കണ്ണോടിച്ചാലാണ് മന്ത്രി കണക്കുകൾ വായിക്കാതിരുന്നതിന്റെ ഗൂഢോദ്ദേശ്യം വ്യക്തമാകുന്നത്. വരുമാനത്തിൽ കുറവ്, ചെലവിൽ കുറവ്, ധനകമ്മിയിൽ സ്ഥിരത എന്നിവ ഒത്തുപോകാത്ത കണക്കുകളുടെ സൃഷ്ടിയാണ്. നികുതി വരുമാനത്തിൽ ഇടക്കാല ബഡ്ജറ്റിനെക്കാളും 90,000 കോടി രൂപയുടെ കുറവ്. ചെലവിലാകട്ടെ ഒരു ലക്ഷം കോടിരൂപയിലധികം കുറവ്. ധനകമ്മി 3.3 ശതമാണെന്നത് അയഥാർഥ്യമാണെന്നു വിദഗ്ദ്ധർ



ചൂണ്ടിക്കാട്ടുന്നു. കണക്കുകളിലെ പൊള്ളത്തരം പാർലമെന്റിൽ വരെ ചർച്ചയായി എന്നോർക്കണം.

രാഷ്ട്രീയ ബജറ്റ്

സാധാരണയായി, ബഡ്ജറ്റിന്റെ രാഷ്ട്രീയമാണ് വിശകലന വിധേയമാക്കുക. ഈ ബജറ്റിനെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം, സാമ്പത്തിക നിലപാടുകളെക്കാളേറെ രാഷ്ട്രീയ നിലപാടുകൾ വ്യക്തമാക്കുന്ന ബജറ്റാണിത്. ധനമന്ത്രി, 90 ശതമാനം സമയവും അതിനാണ് തന്റെ കന്നി ബജറ്റവതരണത്തിലൂടെ ശ്രമിച്ചത്. വനിതകളുടെ മോചനത്തിനായി 'നാരിയിൽ നിന്ന് നാരായണി'യിലേക്ക് എന്ന ബജറ്റ് പ്രഖ്യാപനവും മറ്റൊരു രാഷ്ട്രീയം. ഗ്രാമം, ദരിദ്രർ, കർഷകർ (ഗാവ്, ഗരീബ്, കിസാൻ) എന്ന മുദ്രാവാക്യം രാഷ്ട്രപിതാവിന്റെ പേര് പറഞ്ഞു പ്രഖ്യാപിച്ചത് വളരെ സമർത്ഥമായ ബജറ്റ് രാഷ്ട്രീയമായി തന്നെ കാണാം. എന്തിനേറെ, ബജറ്റിൻെറ മുഖമുദ്രയായ വരവ്- ചെലവ് കണക്കുകൾ പോലും അവതരിപ്പിച്ചില്ല; അതെല്ലാം ബജറ്റ് രേഖയിലുണ്ടെന്ന നിലപാടാണ് ധനമന്ത്രി സ്വീകരിച്ചത്. അനർഹമായി ലഭിച്ച ഭരണ ഭൂരിപക്ഷത്തിന്റെ ധാർഷ്ട്യമാണ് ധനമന്ത്രി പ്രകടിപ്പിച്ചതെന്നു ആവർത്തിച്ച് പറയാതെ തരമില്ല. രാഷ്ട്രീയം കൂടുതലായി സംസാരിക്കേണ്ടി വന്നത് കൊണ്ടും ചില കണക്കുകൾ അനഭിമതമായതു കൊണ്ടും വരവ് - ചെലവ് കണക്കുകൾ പ്രസംഗത്തിന് പുറത്തായി.

വീട്, കക്കൂസ്, വൈദ്യുതി എന്നിവക്ക് നൽകിയ ബജറ്റിന്റെ ശ്രമം ശ്ലാഘനീയമാണ്. എന്നാൽ, വിദ്യാഭ്യാസം, ആരോഗ്യം തുടങ്ങിയ രംഗങ്ങൾ അർഹമായ രീതിയിൽ ബഡ്ജറ്റിൽ ഇടം കാണാതിരുന്നത് ആശങ്ക ഉണർത്തുന്നു. ഈ ബജറ്റ് ഒരിടത്തും എത്തുന്നില്ല എന്നത് ദുഃഖത്തോടെ മാത്രമേ രേഖപ്പെടുത്താൻ സാധിക്കൂ. അതായതു, ഇന്ത്യൻ സമ്പദ് വ്യവസ്ഥ നേരിടുന്ന വെല്ലുവിളികളെ നേരിടാൻ ആവനാഴിയിൽ ആയുധങ്ങളൊന്നും ഇല്ലാതെ നിരായുധനായ പോരാളിയെ പോലെ നിൽക്കുന്ന ധനമന്ത്രിയുടെ (കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെ) അവസ്ഥ ആരിലും സഹതാപം ഉണർത്തും. ●



ഒന്നിനും സമയമില്ലെങ്കിൽ

വർഷാവസാന പരീക്ഷയിൽ തോൽക്കുമ്പോൾ മണിക്കൂറിന്റെ വില മനസ്സിലാവുന്നു. മിനിറ്റിന്റെ വ്യത്യാസത്തിൽ ട്രെയിൻ നഷ്ടമാകുമ്പോൾ മിനിറ്റുകളുടെ വില മനസ്സിലാകുന്നു. സെക്കന്റുകളുടെ നൂറിലൊന്നിന്റെ വ്യത്യാസത്തിൽ മെഡൽ നഷ്ടമാകുമ്പോൾ മൈക്രോസെക്കന്റിന്റെ വില മനസ്സിലാകുന്നു.

ദാസൻ : എടാ വിജയാ

വിജയൻ : എന്താടാ ദാസാ

ദാസൻ : എടാ,നമ്മുക്കെന്തടാ ഈ ബുദ്ധി നേരത്തെ തോന്നാഞ്ഞത്?

വിജയൻ: ഏത് ബുദ്ധി?

ദാസൻ : അല്ലാ കണ്ടവന്റെ ഇടിയും തൊഴിയും വാങ്ങി,നക്കാപ്പിച്ചയ്ക്ക് ജോലിചെയ്യുന്നതിന് പകരം ഇതു പോലെ സ്വയം ബിസിനസ് ചെയ്യാനുള്ള ബുദ്ധി.

വിജയൻ : ദാസാ, ഓരോന്നിനും അതിന്റേതായ സമയമുണ്ട് മോനേ.....

നാടോടിക്കാറ്റിലെ ഈ ഡയലോഗുകൾ, നമ്മളെല്ലാവരും ജീവിതത്തിൽ ഒരിക്കലെങ്കിലും പറഞ്ഞിട്ടുണ്ടാവും. സത്യത്തിൽ അങ്ങനെയൊരു സമയമുണ്ടോ? നമ്മൾ തന്നെയല്ലേ നമ്മുടെ സമയത്തെ തീരുമാനിക്കുന്നത്.

ഒന്നും ചെയ്യാനാവാത്ത ജീവിതങ്ങളെ കാണുമ്പോൾ ആയുസ്സിന്റെ വില മനസിലാകുന്നു. ആയുസിൽ കിട്ടിയേക്കാവുന്ന ദിവസങ്ങളുടെ പകുതിയും തീർന്നെന്നു മനസ്സിലാകുമ്പോൾ ദിവസങ്ങളുടെ വില മനസിലാവുന്നു.

വർഷാവസാന പരീക്ഷയിൽ തോൽക്കുമ്പോൾ മണിക്കൂറിന്റെ വില മനസ്സിലാവുന്നു. മിനിറ്റിന്റെ വ്യത്യാസത്തിൽ ട്രെയിൻ നഷ്ടമാകുമ്പോൾ മിനിറ്റുകളുടെ വില മനസ്സിലാകുന്നു. സെക്കന്റുകളുടെ നൂറിലൊന്നിന്റെ വ്യത്യാസത്തിൽ മെഡൽ നഷ്ടമാകുമ്പോൾ മൈക്രോസെക്കന്റിന്റെ വില മനസ്സിലാകുന്നു.

ജോലികളെ തരംതിരിക്കാം

പ്രാധാന്യമുള്ള ജോലികൾ മാറ്റിവെച്ച്, അത്ര അത്യാവശ്യമല്ലാത്ത ജോലികൾ ചെയ്താണ് നമ്മുടെ സമയം പലപ്പോഴും നഷ്ടപ്പെടുന്നത്. ബാങ്കിൽ അത്യാവശ്യമായി കാശടയ്ക്കാനുള്ള ദിവസമാണ്. അത് ചെയ്യാതെ മെയിലുകൾക്ക് മറുപടി അയയ്ക്കാൻ പോയലോ? ഈ പ്രശ്നം ഒഴിവാക്കാനൊരു വഴിയുണ്ട്. ചെയ്തു തീർക്കാനുള്ള ജോലികളെ പലതായി തരംതിരിക്കാം. അത്യാവശ്യമുള്ള കാര്യങ്ങൾ എന്തൊക്കെയാണെന്ന് തീരുമാനിക്കുകയാണ് ഏറ്റവും പ്രധാനം. ഓഫീസിൽ അന്ന് തീർക്കാനുള്ള ജോലികൾ,അസൈൻമെന്റുകൾ,ബാങ്കിൽ കാശ് അടയ്ക്കുന്നതൊക്കെ അത്യാവശ്യമാണ്. അത് ഏറ്റവും ആദ്യം തീർക്കാം. അത് കഴിഞ്ഞാൽ ചില ഫോൺ വിളികളും ഷോപ്പിംങ്ങുമൊക്കെ ചെയ്യാം.

എല്ലാ ജോലികളും സ്വയം ചെയ്യണമെന്ന് വാശിപിടിക്കേണ്ടതില്ല. ചില ജോലികൾ മറ്റുള്ളവരെ ഏൽപ്പിക്കുകയുമാവാം. ഒഫീഷ്യൽ മെയിലുകൾക്ക് മറുപടി അയക്കൽ, ചില മീറ്റിങ്ങുകളിൽ പങ്കെടുക്കുക തുടങ്ങിയവ ഓഫീസിൽ മറ്റാരെയെങ്കിലും ഏൽപ്പിച്ചാലും കുഴപ്പില്ല.

ലിസ്റ്റ് ഉണ്ടെങ്കിൽ എളുപ്പമായി

ചെയ്തുതീർക്കാനുള്ള കാര്യങ്ങളെല്ലാം മനസ്സിൽ സൂക്ഷിക്കുകയാണ് പതിവ്. പക്ഷേ മറന്നുപോയലോ? ഓരോ ദിവസവും ചെയ്യേണ്ട കാര്യങ്ങൾ ഒരു കൊച്ചു ഡയറിയിൽ കുറിച്ചു വെക്കാമല്ലോ. അതിൽ നിങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട എല്ലാ കാര്യങ്ങളും എഴുതാം. ഓഫീസിലെ അസൈൻമെന്റ്, മക്കളുടെ ഫീസ് കൊടുക്കുന്നത്, പച്ചക്കറി വാങ്ങുന്നത്, പാചകം ചെയ്യുന്നത് തുടങ്ങി എല്ലാം ഓരോന്നും ചെയ്തു കഴിയുമ്പോൾ ടിക്ക് ഇടുകയും വേണം. അടുത്ത ദിവസം ചെയ്യേണ്ട കാര്യങ്ങൾ എന്തൊക്കെയാണെന്ന് തലേദിവസം തന്നെ എഴുതി വെക്കാവുന്നതേയുള്ളു. എഴുതുമ്പോൾ നമ്മുടെ തലച്ചോറിൽ അത് രജിസ്റ്റർ ചെയ്യപ്പെടും. നാളെ ഇതൊക്കെയാണ് പണിയെന്ന് തലച്ചോറിന് സന്ദേശം കിട്ടും. രാവിലെ എഴുന്നേൽക്കുമ്പോൾ തന്നെ ജോലികൾ ചെയ്യാൻ ശരീരം തയ്യാറാവുകയും ചെയ്യും.

നോ പറയാൻ മടിക്കേണ്ട

ഒരു നോ പറയാൻ കഴിയാത്തതുകൊണ്ട് നമ്മുടെ എത്ര സമയമാണ് പോവുന്നതെന്ന് ഓർക്കാറുണ്ടോ? ബുദ്ധിമുട്ടാണെന്ന് അറിയാം, എന്നാലും എങ്ങനെയാണ് നോ പറയുക. അതുകൊണ്ട് ഒന്നും നോക്കാതെ ഇറങ്ങി പുറപ്പെടും പിന്നെ വേണ്ടിയിരുന്നില്ലെന്ന് തോന്നും. ഒരു 'നോ' യിൽ ഒതുക്കാവുന്ന കാര്യമേയുള്ളൂ. എല്ലാത്തിനും ചാടിക്കേറി യെസ് പറയാതിരിക്കുന്നതാണ് ബുദ്ധി.

നേരത്തെ ചെയ്യാം

രണ്ട് മാസം കഴിഞ്ഞായിരിക്കും പരീക്ഷ. അല്ലെങ്കിൽ പ്രോജക്ട് സമർപ്പിക്കേണ്ടത്. അതുവരെ സമയമുണ്ടല്ലോ എന്ന് മടിപിടിച്ച് ഇരിക്കും. ഒരാഴ്ച ബാക്കിയുള്ളപ്പോഴാവും കാര്യത്തിലേക്ക് കടക്കുന്നത്. സമയം വളരെ കുറവ്, പിന്നെ ടെൻഷനായി എത്ര ദിവസമുണ്ടെന്ന് നോക്കേണ്ടതില്ല. പണി നേരത്തെ തന്നെ തുടങ്ങും. സെമിനാറാണെങ്കിലും പ്രൊജക്ടാണെങ്കിലും അവസാന തീയതിയുടെ പതിനഞ്ച് ദിവസം മുമ്പെങ്കിലും തീർക്കാൻ ശ്രമിച്ചു നോക്കൂ. നല്ല സമാധാനം കിട്ടും, കൂടുതൽ നന്നാക്കൻ പറ്റുകയും ചെയ്യും.





അടുക്കും ചിട്ടയും വേണം

രാവിലെ ഓഫീസിലേക്ക് ഇറങ്ങാനിരിക്കുമ്പോഴാവും, പ്രധാനപ്പെട്ട ഫയൽ കാണാതാവുന്നത്. പിന്നെ അതിനുവേണ്ടിയുള്ള തിരച്ചിലും ബഹളവുമായി. ഇങ്ങനെ എത്ര സമയമാണ് നഷ്ടമാകുന്നത് എന്ന് ചിന്തിച്ചിട്ടുണ്ടോ? കാര്യങ്ങൾ വരുന്നത് പോലെ ചെയ്യുക എന്ന ചിന്ത മാറ്റി, അടുക്കും ചിട്ടയുമുള്ളൊരു പ്രവർത്തന രീതി ഉണ്ടാക്കി നോക്കൂ. സമയം നമ്മുടെ കൈപ്പിടിയിൽ ഒതുങ്ങും. ഓഫീസിലും വീട്ടിലുമെല്ലാം പുസ്തകങ്ങൾ, ഫയലുകൾ, രേഖകൾ, ആവശ്യമായ മറ്റ് വസ്തുക്കൾ എന്നിവ പ്രത്യേകം തിരിച്ചറിയുന്ന സ്ഥലത്ത് അടുക്കി സൂക്ഷിക്കുക, ഓരോ രേഖകളും പല ഫയലുകളിലായി വെക്കുന്നതാണ് നല്ലത്. സ്കൂൾ, കോളേജ് സർട്ടിഫിക്കറ്റുകൾ, ബാങ്ക് അക്കൗണ്ട് രേഖകൾ വീടുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിട്ടുള്ള രേഖകൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം പ്രത്യേകം സൂക്ഷിക്കാം. ഫയലിന്റെ പുറത്ത് അതാതിന്റെ പേരെഴുതി വെക്കുകയും ചെയ്താൽ എളുപ്പമായി കമ്പ്യൂട്ടറിലോ ലാപ്ടോപ്പിലോ മൊബൈൽ ഫോണിലോ ഉള്ള രേഖകളും ഫോട്ടോയുമെല്ലാം എളുപ്പം തിരിച്ചറിയാവുന്ന പേരുകളിട്ട് പ്രത്യേകം ഫോൾഡറുകളാക്കുക.

അടുക്കളയിൽ നിത്യോപയോഗത്തിന് ആവശ്യമുള്ള പാത്രങ്ങൾ മാത്രം ഉപയോഗിക്കുക. വീട്ടിലെ അംഗങ്ങളുടെ എണ്ണത്തിനനുസരിച്ച് പാത്രം ഉപയോഗിക്കുന്നതാണ് നല്ലത്. പാചകത്തിന് ആവശ്യമായ പൊടിക്കൂട്ടുകൾ ഓരോ ടിന്നിലിട്ട്, പേരുകൾ എഴുതി പുറത്ത് പതിപ്പിച്ചാൽ തിരക്കിനിടയിൽ പൊടികൾ മാറിപ്പോവില്ല. ഒരാഴ്ച ഇടാനുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ മുഴുവൻ ഞായറാഴ്ച ഇസ്തിരിയിട്ട് വെക്കാം.

മാതാപിതാക്കൾ മാതൃകയാവണം

അച്ഛനും അമ്മയ്ക്കും മക്കൾക്ക് നൽകാൻ പറ്റുന്ന ഏറ്റവും നല്ല സമ്മാനമാണ് സമയം. മക്കളെ വെറുതെ വഴക്ക് പറയാനും കുറ്റം കണ്ടെത്താനും മാത്രം സമയം കണ്ടെത്തിയാൽ പോരാ. അവരുടെ നല്ല കാര്യങ്ങൾ തിരിച്ചറിഞ്ഞ് അഭിനന്ദിക്കാനും സമയം കണ്ടെത്തണം. ഒപ്പം സമയം എങ്ങനെയൊക്കെ ചെലവഴിക്കണമെന്ന് അവരെ ബോധ്യപ്പെടുത്തുകയും വേണം. ഓരോ ദിവസവും അച്ഛന്റെയും അമ്മയുടെയും സമയം എങ്ങനെ ചെലവഴിച്ചെന്ന് മക്കളോട് പറയാം. തമാശ രൂപത്തിൽ കഥ പോലെ പറയുന്നതാണ് നല്ലത്. ഒപ്പം ചെറിയ ജോലികളിൽ അവരെ പങ്കാളികളാക്കുകയും ചെയ്യാം. നിശ്ചിത സമയത്തിനുള്ളിൽ അത് ചെയ്ത് തീർക്കാൻ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുകയും വേണം. വൈകുന്നേരം ആറ് മുതൽ എട്ട് വരെ സ്റ്റഡി ടൈം എന്ന് പ

റഞ്ഞ് കുട്ടികളെ പഠിപ്പിക്കണം. ആദ്യം അത് കുട്ടികൾക്ക് ഇത്തിരി ബുദ്ധിമുട്ടായിരിക്കും. അതൊരു ശീലമായി കഴിഞ്ഞാൽ പിന്നെ ബുദ്ധിമുട്ടുണ്ടാവില്ല. അങ്ങനെയാവുമ്പോൾ അന്നന്നത്തെ പാഠങ്ങൾ തീർക്കാൻ കഴിയും.

ചാറ്റിങ്ങിനെത്ര സമയം

- കൂടുതൽ ജോലിയുള്ളപ്പോൾ എല്ലാം മാറ്റി വെക്കാൻ തോന്നും. ചെയ്തു തീർക്കേണ്ട ജോലിയെ പലതായി തരം തിരിച്ചാൽ എളുപ്പമായി.

- നിങ്ങളുടെ സമയം കളയുന്നത് എന്തെല്ലാമെന്ന് നോക്കാം. ഫേസ്ബുക്ക് ചാറ്റിംഗ്, ദീർഘമായ പത്രം വായന, ടിവികാണൽ അതെല്ലാമൊന്ന് നിയന്ത്രിച്ചു നോക്കൂ. സമയം കൂടുതൽ കിട്ടും .

- ചെലവാക്കുന്ന പണത്തിന്റെ കണക്ക് സൂക്ഷിക്കുന്നതു പോലെതന്നെ സമയത്തിന്റെ കണക്കും സൂക്ഷിച്ച് വെയ്ക്കാം രാവിലെ മുതൽ രാത്രി വരെ എന്തൊക്കെ ചെയ്യുന്നുവെന്ന് ഒരു കടലാസിൽ എഴുതി വെയ്ക്കൂ. അത് നോക്കുമ്പോൾ അറിയാം നമ്മൾ ആവശ്യമില്ലാതെ എത്ര സമയം കളയുന്നുവെന്ന്.

- രാവിലെയാണ് നല്ല സമയം അല്ലെങ്കിൽ വൈകുന്നേരമാണ് നല്ല സമയം എന്ന് പറഞ്ഞാണ് പലപ്പോഴും കാര്യങ്ങൾ മാറ്റിവെക്കുന്നത്. അങ്ങനെ നല്ല സമയം എന്നൊന്നില്ല.

സമയക്രമീകരണത്തിലെ നാല് ഉകൾ

Do നിശ്ചയിച്ച സമയത്തിനുള്ളിൽ ഏറ്റെടുത്ത പണി പൂർത്തിയാക്കുക.

Delegate എല്ലാം ഒറ്റയ്ക്ക് ചെയ്യണമെന്ന് വാശി പിടിക്കാതെ, കൂടെയുള്ളവരെക്കൂടി പങ്കാളികളാക്കുക.

Delay വളരെ അത്യാവശ്യമല്ലാത്ത കാര്യങ്ങളാണെങ്കിൽ പിറ്റേ ദിവസത്തേക്ക് മാററി വെക്കുകയും ചെയ്യാം.

Delete എല്ലാ കാര്യത്തിലും ചെന്ന് തലയിടണമെന്നില്ല. നമുക്ക് ആവശ്യമുള്ളത് മാത്രമെടുത്ത് മറ്റുള്ളവ ഒഴിവാക്കാം. ●

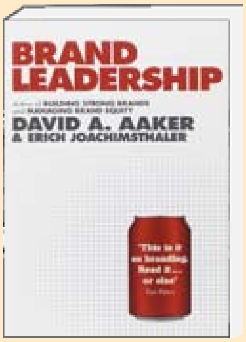


ഫാ. ഡോ. യബ്ബേസ് പീറ്റർ
ചൈൽഡ് വെൽഫെയർ ബോർഡ് കമ്മറ്റി മെമ്പർ

പുസ്തക പരിചയം

Brand Leadership

David A. Aaker



Management fads come and go in the blink of an eye, but branding is here to stay. Closely watched by the stock market and obsessed over by the biggest companies, brand identity is the one indisputable source of sustainable competitive advantage, the vital key to customer loyalty.

David Aaker is widely recognised as the leading expert in this burgeoning field. Now he prepares managers for the next wave of the brand revolution. With co-author Erich Joachimsthaler, Aaker takes brand management to the next level - strategic brand leadership. Required reading for every marketing manager is the authors' conceptualisation of 'brand architecture' - how multiple brands relate to each other - and their insights into the ever-changing area of Internet branding. Full of impeccable, intelligent guidance, Brand Leadership is the visionary key to business success in the future.

This book is available in Flipkart for Rs.369/-



ബ്രാൻഡിനു മുന്നോടിയായി

ബ്രാൻഡ് ബിൽഡിങ്ങ് എന്നത് പരസ്യം ചെയ്യലോ വിപണന സംബന്ധമായ ആശയവിനിമയമോ ഉത്പന്നമോ സേവനമോ മാത്രമല്ല. നിങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താവ് നിങ്ങളെക്കുറിച്ച് എന്തു വിചാരിക്കുന്നു? നിങ്ങളെ വിശ്വസിക്കുന്നുണ്ടോ? എന്നുള്ളതിന്റെ സൂചകം കൂടിയാണ്. നിങ്ങളെക്കുറിച്ച് ലോകം എങ്ങനെ ചിന്തിക്കണം എന്നതിനെക്കുറിച്ച് വ്യക്തമായ ധാരണ ഉണ്ടായാൽ മാത്രമേ ശക്തമായ ഒരു ബ്രാൻഡ് കെട്ടിപ്പടുക്കാനാകൂ.

2004 ൽ ഇക്കണോമിക് ടൈംസ് സർവ്വേയിലൂടെ തിരഞ്ഞെടുത്ത മികച്ച 150 ബ്രാൻഡുകളിൽ ഒരെണ്ണം പോലും കേരളത്തിൽ നിന്നും ഉൾപ്പെട്ടിരുന്നില്ല. രണ്ട് മലയാളി ബ്രാൻഡുകൾ ഉണ്ടായിരുന്നുവെങ്കിലും അവ കേരളത്തിൽ നിന്നുള്ളവയായിരുന്നില്ല. എന്നാൽ 2019 ൽ കാര്യങ്ങൾ തീർത്തും വ്യത്യസ്തമാണ്.

ലോകത്തിലെ ഏതു വിപണിയിലേക്കും ഏതു ബ്രാൻഡിനും ഇന്ന് കടന്നുചെല്ലാനും, നിലയുറപ്പിക്കാനും, നേട്ടമുണ്ടാക്കാനും കഴിയും എന്നതിന്റെ തെളിവുകൂടിയാണ് ഇന്ന് കേരളത്തിലുള്ള ലോക നിലവാരമുള്ള ബ്രാൻഡുകൾ. ബ്രാൻഡിങ്ങിലെ നൂതന ആശയങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുകയും ഉചിതമായ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുകയും ചെയ്താണ് ഈ ബ്രാൻഡുകൾ മികച്ച വളർച്ച കൈവരിച്ചത്. ആദ്യകാലങ്ങളിൽ ബ്രാൻഡ് ബിൽഡിങ്ങിന് വേണ്ടത്ര പ്രാധാന്യം കൊടുക്കാതിരുന്നതിനാലാണ് കേരളാ ബ്രാൻഡുകൾക്ക് മേന്മകളും സാധ്യതകളും ഉണ്ടായിട്ടും, രാജ്യാന്തര വിപണിയിലേക്ക് കുതിച്ചുയരാൻ കഴിയാതെ പോയത്. അനുഭവസമ്പത്തിന്റെ അഭാവം, വൻവളർച്ച വിഭാവനം ചെയ്യാൻ സാധിക്കാത്തത്, വമ്പന്മാർ മത്സരിക്കുന്ന മേഖലകളിൽ ഇറങ്ങി ഭാഗ്യപരീക്ഷണം നടത്താനുള്ള മടി എന്നിവയായിരുന്നു അവരെ അതിൽ നിന്നും പിൻതിരിപ്പിച്ചത്. എന്നാൽ ഇന്ന് കാര്യങ്ങൾ മാറിയിട്ടുണ്ട്. എന്നിരുന്നാലും ഒരു ബ്രാൻഡ് വിജയിച്ചാൽ അതിന്റെ മീ ടു പ്രൊഡക്റ്റുകളുടെ ബഹളമായിരിക്കും കേരള മാർക്കറ്റിൽ. കേരളത്തിന്റെ ഒരു പൊതു സ്വഭാവമാണിത്. പലരും ആ മേഖലയിലെ മൂല്യവർധിത ഉത്പന്നങ്ങളെക്കുറിച്ച് ചിന്തിക്കാറില്ല.

വായുനിറച്ച് ഉയർത്തിവിടുന്ന വമ്പൻ ബലൂണുകളെപ്പോലെയാണ് ബ്രാൻഡ് ബിൽഡിങ്ങ്. അതിനെ ഉയരത്തിൽ നിർത്തണമെങ്കിൽ നിതാന്ത ജാഗ്രത ആവശ്യമാണ്. ഒരല്പം അശ്രദ്ധ മതി അത് പൊട്ടിത്തെറിക്കാൻ.

അതിദ്രുതം മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന ലോകത്താണ് നാമിന്ന് ജീവിക്കുന്നത്. ഉപഭോക്തൃ പ്രവണതകൾ, നിയമനിർമ്മാണം, സാമ്പത്തിക പ്രവണതകൾ എന്നിവ എപ്പോൾ വേണമെങ്കിലും നിങ്ങളെ പിടികൂടാം. അതിനാൽ ആദ്യമായി ചെയ്യേണ്ടത് ഒരു ബ്രാൻഡ് ദർശനം ഉണ്ടാക്കുക എന്നതാണ്. നിങ്ങളുടെ ബിസിനസ്സിന് അർത്ഥവത്തായ ഒരു കാഴ്ചപ്പാടുണ്ടാകണം. ബിസിനസ്സ് ദർശനത്തിന് ടീമിനെ ഒന്നടങ്കം നയിക്കാനും പ്രചോദിപ്പിക്കാനും കഴിയണം. ബിസിനസ്സിലും ജീവിതത്തിലും വിജയിക്കണമെങ്കിൽ വ്യക്തമായ ഒരു ലക്ഷ്യബോധം വേണം. ബിസിനസ്സിൽ വിജയിക്കാൻ വ്യക്തമായ ലക്ഷ്യബോധത്തോടെയുള്ള ഒരു ബ്രാൻഡ് പദ്ധതി തയ്യാറാക്കണം.

ദീർഘകാലം വിജയം കൈവരിക്കുന്നതിനായി നിങ്ങളുടെ ബ്രാൻഡിന്റെ കാര്യക്ഷമതയെ തുടർച്ചയായി മെച്ചപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കുക. ഉപഭോക്താക്കളുടെ മാറുന്ന അഭിരുചിക്കനുസരിച്ച് അതിന്റെ പുതുമ നിലനിർത്താൻ പഠനങ്ങൾ അത്യാവശ്യമാണ്. ഇതിനുള്ള ഏറ്റവും നല്ല മാർഗ്ഗം ഏജൻസികളെ ഏൽപ്പിക്കുന്നതിനു പകരം ബിസിനസ്സ് പഠിക്കുന്നതിനായി അൽപ്പം സമയം സ്വയം മാറ്റിവയ്ക്കുക എന്നതാണ്.

ബ്രാൻഡ് ബിൽഡിങ്ങ് എന്നത് പരസ്യം ചെയ്യലോ വിപണന സംബന്ധമായ ആശയവിനിമയമോ ഉത്പന്നമോ സേവനമോ മാത്രമല്ല. നിങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താവ് നിങ്ങളെക്കുറിച്ച് എന്തു വിചാരിക്കുന്നു? നിങ്ങളെ വിശ്വസിക്കുന്നുണ്ടോ? എന്നുള്ളതിന്റെ സൂചകം കൂടിയാണ്. നിങ്ങളെക്കുറിച്ച് ലോകം എങ്ങനെ ചിന്തിക്കണം എന്നതിനെക്കുറിച്ച് വ്യക്തമായ ധാരണ ഉണ്ടായാൽ മാത്രമേ ശക്തമായ ഒരു ബ്രാൻഡ് കെട്ടിപ്പടുക്കാനാകൂ. ●



ബോബൻ കൊള്ളന്നൂർ
bobankollannur@gmail.com

ശേഷം പത്ര വിശേഷം

വിസ്മയങ്ങൾ വേണ്ടുവോളം ഒരുക്കിയ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെ വിടവാങ്ങലുകൾ! പത്രലോകത്തെ ഒളിയമ്പുകൾ! പത്രസ്ഥാപനങ്ങളിലെ ഇടനാഴികളിൽ രൂപം കൊണ്ട കൊടുങ്കാറ്റുകൾ! കടലാസ് യുദ്ധങ്ങൾ! ഉഗ്രപ്രതാപികളായ പത്രാധിപന്മാരുടെ വീരകഥകൾ, കുതികാൽ വെട്ടൽ, പിടിച്ചടക്കൽ, പകപോക്കൽ എല്ലാം അനാവരണം ചെയ്യുന്ന പരമ്പര.



സിനിമാമാസികകളുടെ ചരിത്രം

അന്നത്തെ താരങ്ങൾ ആദരവോടെ കണ്ടിരുന്ന അദ്ദേഹത്തെപ്പോലെയുള്ളവരായിരുന്നു താരങ്ങളെ വളർത്തിയിരുന്നതും തളർത്തിയിരുന്നതും. കോട്ടയത്ത്കൂടി പോകുന്ന സിനിമാക്കാർക്ക് തിരുനക്കരയിലെ സിനിമാ മാസിക ഓഫീസും വീടും ഇടത്താവളമായിരുന്നു. ഇന്ന് സോഷ്യൽ മീഡിയാകളും പരസ്യ സന്നാഹങ്ങളും ടി.വി യും ചാനലുകളും എഫ് എം റേഡിയോകളും എന്തിനേറെ മൊബൈൽ ഒന്നുണ്ടെങ്കിൽ എല്ലാമായി.

ഒരു കാലത്ത് സിനിമാ വ്യവസായത്തിൽ നിർണ്ണായക സ്വാധീനമുണ്ടായിരുന്ന പ്രസ്ഥാനമാണ് സിനിമാ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ. സിനിമകളുടെ വിശദവിവരങ്ങൾ മാത്രമല്ല, താരങ്ങളുടെ ജീവിതവും മറ്റുമറിയാൻ ഉള്ള ഏക മാർഗ്ഗം സിനിമാ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ മാത്രമായിരുന്നു. ഇവയെ മറന്നൊരു സിനിമാ ചരിത്രമില്ല. ഒപ്പം ഇവയിലൊക്കെ കഥകളും നോവലുകളും കവിതകളും ഡിറ്റക്ടീവ് - മാന്ത്രിക നോവലുകളും ഉണ്ടായിരുന്നുവെന്നതാണ് രസകരമായ വസ്തുത. ഇത്തരം പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾക്ക് തുടക്കം കുറിച്ച സിനിമാമാസിക ശങ്കരൻനായരെയൊക്കെ നാം വിസ്മരിച്ചു പോയി. അന്നത്തെ താരങ്ങൾ ആദരവോടെ കണ്ടിരുന്ന അദ്ദേഹത്തെപ്പോലെയുള്ളവരായിരുന്നുതാരങ്ങളെവളർത്തിയിരുന്നതും തളർത്തിയിരുന്നതും. കോട്ടയത്ത് കൂടി പോകുന്ന സിനിമാക്കാർക്ക് തിരുനക്കരയിലെ സിനിമാ മാസികയുടെ ഓഫീസും വീടും ഇടത്താവളമായിരുന്നു. ഇന്ന് സോഷ്യൽ മീഡിയാകളും പരസ്യ സന്നാഹങ്ങളും ടി.വിയും ചാനലുകളും എഫ് എം റേഡിയോകളും എന്തിനേറെ മൊബൈൽ ഒന്നുണ്ടെങ്കിൽ എല്ലാമായി. ഇവ സജീവമായപ്പോൾ ഇത്തരം മാസികകളും വാരികകളും തീർത്തും കുറഞ്ഞു. ഇന്ന് നാനയും മാതൃഭൂമി സ്റ്റാർ&സ്റ്റൈയിലും രാഷ്ട്രദീപിക സിനിമായും സിനിമാ മംഗളം തുടങ്ങിയ ചിലവയാണ് ഈ രംഗത്തുള്ളത്. എന്നാൽ സിനിമയുടെയും സിനിമാക്കാരുടെയും ഭാവി നിർണയിക്കാൻ മാത്രം ശക്തിയുള്ള ധാരാളം സിനിമാ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ പണ്ടുണ്ടായിരുന്നു.

1939ൽ സിനിമ എന്ന പേരിൽ എറണാകുളത്തു നിന്നും കെ. വി. കോശി തുടങ്ങിയ പ്രസിദ്ധീകരണമാണ്

മലയാളത്തിൽ ഈ മേഖലയിലുണ്ടായ ആദ്യ സംരംഭം. 1951 എരൂർ വാസുദേവ് ഇതിനെ പുഷ്ടിപ്പെടുത്തി. 1945 കാലത്താണ് സിനിമാ മാസിക എന്ന പേരിൽ മറ്റൊരു പ്രസിദ്ധീകരണം കൂടി വന്നു. പിന്നീട് പറവൂർ കെ. നാരായണൻ നായർ സിനിട്ടോൺ തിരുവനന്തപുരത്തുനിന്ന് തുടങ്ങുകയുണ്ടായി. ഇവയൊക്കെയാണ് മലയാള സിനിമ സജീവമാകുന്നതിന് മുൻപ് ആരംഭിച്ച പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ. കെ. സുകുമാരൻ നായരാണ് കോട്ടയത്തുനിന്ന് സിനിമാ മാസിക തുടങ്ങിയത്. എം എം ചെറിയാൻ മാളിയേക്കലുമൊക്കെ അതിന്റെ പിന്നിലുണ്ടായിരുന്നു. അന്ന് അതിന്റെ വില 40 പൈസ ആയിരുന്നു. പക്ഷെ കുറച്ചു നാളുകൾക്ക് ശേഷം ശങ്കരൻനായർ (നാട്ടുകാരും സുഹൃത്തുക്കളും അനിയൻ ചേട്ടൻ എന്നുവിളിക്കും) ഇതിന്റെ സാരഥ്യം ഏറ്റെടുത്തു. കഴക്കൂട്ടം ത്യാഗരാജൻ, ചേലങ്ങാട്ട് ഗോപാലകൃഷ്ണൻ മണി മാന്തുരുത്തി, സി. ആർ ഓമനക്കുട്ടൻ അങ്ങനെ പല എഴുത്തുകാരും ഇതിന്റെ ഭാഗമായിരുന്നു. സാക്ഷാൽ എം ജി ആർ ഈ മാസികയുടെ ആരാധകനും വായനക്കാരുമായിരുന്നു. ആദ്യകാലങ്ങളിൽ എം ജി ആർ ചിത്രങ്ങളുടെ സചിത്രവിവരണമായിരുന്നു ഈ മാസികകളിൽ - മലയാള സിനിമാ അവാർഡ് ആദ്യമായി നൽകിയത് സിനിമാ മാസികയാണ്. ഭക്ത കുചേലയ്ക്കാണ് ആദ്യം അവാർഡ് നൽകിയത്. ഉദയായെക്കാൾ അടുപ്പം ശങ്കരൻ നായർക്ക് നീലായോടും മേരിലാൻഡിന്റെ സുബ്രഹ്മണ്യത്തോടുമായിരുന്നു. സിനിമാമാസിക വായനക്കാരിൽ നിന്ന് പൂരിപ്പിച്ച ഗാലപ്പ് പോളുകളിലൂടെയാണ് അവാർഡ് നൽകിയിരുന്നത്. സിനിമാ മാസിക അവാർഡ് നൈറ്റും നടത്തപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. ഞാൻ ആദ്യമായി കാണുന്ന സിനിമാ പ്രസിദ്ധീകരണവും സിനിമാമാസിക തന്നെയായിരുന്നു. വൺ എയിറ്റ് സൈസിൽ വളരെ മനോഹരമായ കളറിൽ





നിങ്ങളും ഞാനും

ശ്രീകുമാരൻതമ്പി

> 1963 ൽ മൂന്ന് മലയാള സിനിമാ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളാണ് വിപണിയിലിറങ്ങിയത്. അതിൽ ശശികല ദ്വൈവാരിക മദ്രാസിൽനിന്ന് പ്രസിദ്ധീകരിക്കാൻ തുടങ്ങിയ ഏക മലയാള സിനിമാ പ്രസിദ്ധീകരണമായിരുന്നു. ശ്രീ മഹാദേവയ്യാ പ്രസിലാണ് ഇത് അച്ചടിച്ചിരുന്നത്. പെരുവാരം ചന്ദ്രശേഖർ ആയിരുന്നു അതിന്റെ പത്രാധിപർ.

അതും ഗ്ലോസി പേപ്പറിലാണ് അച്ചടിച്ചിരുന്നത്. കവർ പേജിലും ബാക്ക് കവറിലും സിനിമാപ്പരസ്യങ്ങളാണ്. സിനിമാസ്റ്റിൽ ഭംഗിയായി കൊടുത്ത് അതിന് താഴെ ചിത്രത്തിന്റെ പേരും നിർമ്മാണ-വിതരണക്കമ്പനികളുടെ പേരും നിർമ്മാതാവിന്റേയും സംവിധായകന്റേയും പേരുകൾ മാത്രമാണ് കൊടുത്തിരുന്നത്. ഉൾപേജുകളിൽ ഒട്ടേറെ ഹിന്ദി ചിത്രങ്ങളുടെ പരസ്യവും കാണാമായിരുന്നു. ഏതാണ്ട് മൂന്നു പേജോളം വരുന്ന അതിശക്തമായ ഭാഷയിലുള്ള എഡിറ്റോറിയൽ കൂടുതലും രാഷ്ട്രീയ വിഷയങ്ങൾ തന്നെ. ഇതുമൂലം സിനിമാമാസികയുടെ പ്രചാരം സാമൂഹ്യ രാഷ്ട്രീയമണ്ഡലങ്ങളിലുള്ളവർക്കിടയിലേക്കും വ്യാപിച്ചു.


സിനിമാമാസിക

VOL. XXIX 1974 DECEMBER No. XII

നന്ദികേടേ! നിന്റെ പേരു്.....

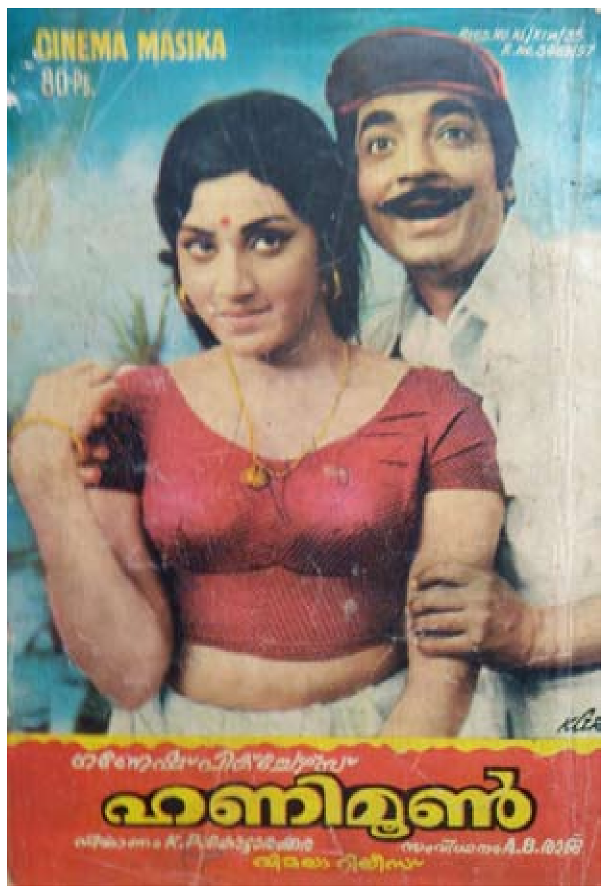
1970–ൽ ചിത്രരമ വാരിക കൂടി തുടങ്ങി. ബ്ലിറ്റ്സ് മോഡലിൽ ടാബ്ലോയിഡ് രൂപത്തിലാണതിറക്കിയത്. 1982–ന് ശേഷം ഇതിന്റെ രൂപം മാറി. 1985–ൽ ശങ്കരൻനായരുടെ മരണത്തിനുശേഷം സാവധാനം ഈ പ്രസിദ്ധീകരണവും അപ്രത്യക്ഷമായി.

1950–ൽ പ്രസിദ്ധീകരണം ആരംഭിച്ച മാസിക യാണ് അരുണ – ഇതിന്റെ സ്ഥാപകൻ വർഗീസ് കളത്തിൽ ആയിരുന്നു. ധാരാളം ചെറുകഥകൾ ഉൾപ്പെടുത്തിയിരുന്ന ഈ മാസികയിൽ ചിത്രങ്ങൾ കുറവായിരുന്നു. പിന്നെ വന്നത് ഗീത – വാരികയായി രുന്നു. 1956–ൽ പ്രസിദ്ധീകരണം ആരംഭിച്ചു. കൊട്ടാര ക്കര ഷെരീഫായിരുന്നു സ്ഥാപകൻ. അതിനു ശേഷം ജനധ്വനി വാരികയായിരുന്നു. 1960–ൽ ഇത് തുടങ്ങിയത് സൈലം ആലുവയായിരുന്നു.

1963 ൽ മൂന്ന് മലയാള സിനിമാ പ്രസിദ്ധീകരണ ങ്ങളാണ് വിപണിയിലിറങ്ങിയത്. അതിൽ ശശികല ദ്വൈവാരിക മദ്രാസിൽ നിന്ന് പ്രസിദ്ധീകരിക്കാൻ തുടങ്ങിയ ഏക മലയാള സിനിമാ പ്രസിദ്ധീകരണമായി രുന്നു. ശ്രീ മഹാദേവയ്യാ പ്രസിലാണ് ഇത് അച്ചടിച്ചിരുന്നത്. പെരുവാരം ചന്ദ്രശേഖർ ആയിരുന്നു അതിന്റെ പത്രാധിപർ. പെരുമ്പടവം ശ്രീധരൻ, അപ്പൻ തച്ചേത്ത്, പോൾ വെങ്ങോല, വിജയൻ കരോട്ട്, ഏറ്റുമാനൂർ ശിവകുമാർ എന്നിങ്ങനെ ഒട്ടേറെപ്പേർ എഴുതുന്നുണ്ടായിരുന്നു.

മുഖാമുഖം എന്ന പേരിൽ പോൾ വെങ്ങോല ശശി കലയിൽ എഴുതിയിരുന്ന പംക്തി ഏറെ കോളിളക്കം സൃഷ്ടിച്ചതായിരുന്നു. ഒട്ടേറെ അറിപ്പെടാത്ത സിനി

കാലത്തിനും ദേശത്തിനും സംസ്ക്കാരത്തിനും പരിഷ്ക്കാരത്തിനും അനുസരിച്ചുള്ള മാറ്റങ്ങൾ കാണിക്കാൻ വസ്ത്രത്തെപ്പോലെ ഉപകാരപ്പെടുന്ന മറ്റൊന്ന് സിനിമയിലി ല്ലതന്നെ. നിത്യജീവിതത്തിലും ഒരു തയ്യൽക്കാരൻ മനുഷ്യരാ ശിക്ക് ഭൂമിയിലെങ്ങും എത്രമാത്രം ഉപകാരപ്പെടുന്നു.



സ്പെഷ്യൽ പതിപ്പുകളും ഇവരുടെ പ്രത്യേകതയായിരുന്നു. സത്യൻ സ്മരണയുമായി പുറത്തു വന്ന സിനിമാ മാസിക റിക്കാർഡ് വിൽപ്പനയായിരുന്നു. വീണ്ടും അച്ചടിക്കേണ്ടി വന്നു. ഏറെ നാൾ നിങ്ങളും ഞാനും എന്നൊരു ചോദ്യോത്തര പംക്തി ശ്രീകുമാരൻ തമ്പി കൈകാര്യം ചെയ്തിരുന്നു. അതിലെ ചോദ്യോത്തര രീതി ഇങ്ങനെയൊക്കെയായിരുന്നു:

ശ്രീകുമാരൻ തമ്പി എന്ന മനുഷ്യന് ഇത്രയധികം ശത്രുക്കളു ണ്ടാകാൻ കാരണമെന്താണ്?

കള്ളന്റെ മുഖത്തുനോക്കി ഞാനയാളെ ഹരിചന്ദ്രൻ എന്നു സംബോധന ചെയ്യാറില്ല.

നടി ശ്രീലതയെപ്പറ്റി താങ്കളുടെ അഭിപ്രായമെന്താണ്?

വർഷങ്ങൾക്ക് മുമ്പ് ചുരുണ്ട തലമുടിയുള്ള ഒരു മെലിഞ്ഞ പെൺകുട്ടി എന്റെ വീട്ടിൽ വന്നു. 12 വയസിലധികം പ്രായമി ല്ലാത്ത ആ പാവാടക്കാരി എനിക്കൊരു പാട്ടെഴുതിത്തരുമോ? മീറ്റിങ്ങിൽ പാടാനാണ് – എന്ന് എന്നോടുപറഞ്ഞു. ശ്രീലതയുടെ ആ കൊച്ചുരൂപം മാത്രമേ എന്റെ മനസിലുള്ളു. അതുകൊണ്ട് ഇന്നത്തെ പ്രശസ്ത നടിയായ ശ്രീലതയെപ്പറി എന്തെങ്കിലും പ റയാൻ എനിക്കു കഴിയില്ല.

ചോദ്യോത്തരമെഴുതുന്ന കലയിൽ താങ്കൾക്കൊരു ഗുരു ഉണ്ടോ? എങ്കിൽ ആരാണദ്ദേഹം?

ശ്രീ. കെ ബാലകൃഷ്ണൻ.

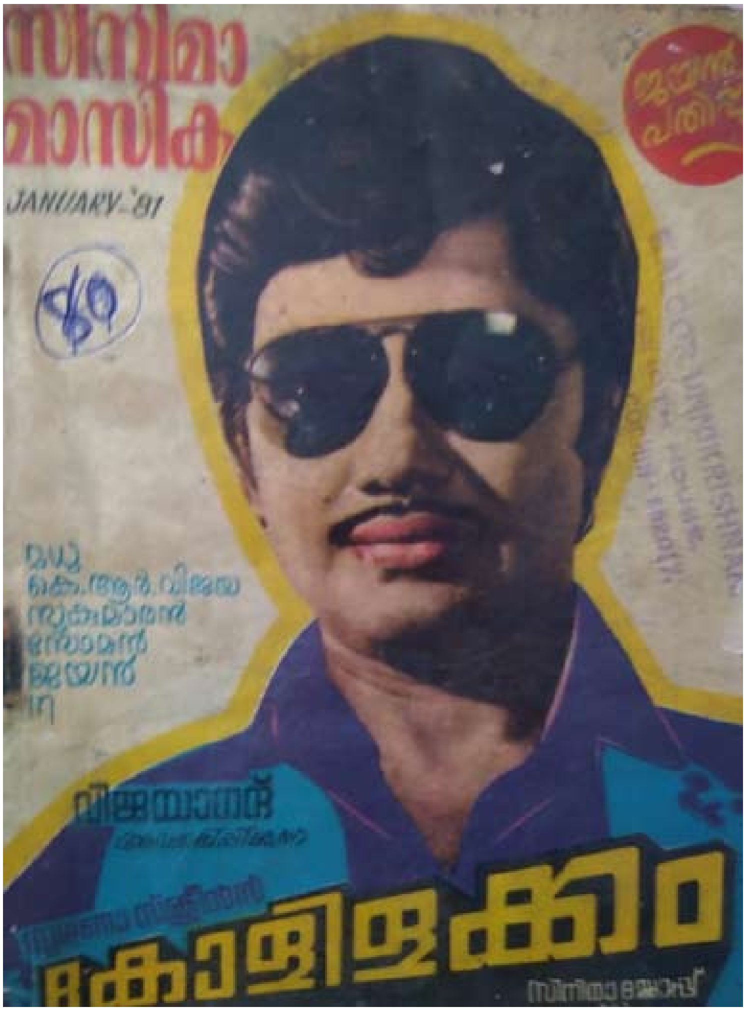
മയിലെ അണിയറ പ്രവർത്തകരെ അദ്ദേഹം വായന ക്കാർക്ക് പരിചയപ്പെടുത്തി.

അദ്ദേഹത്തിന്റെ രചനാരീതിയിങ്ങനെ: ആരാണ് കറുപ്പയ്യാ? ഒരിക്കൽ ഈ വേദിയിൽ ഈ ചോദ്യമുയർന്നു. ധർമ്മരോഷത്തിന്റെ മുഴക്കത്തോടെ. നാൻ താൻ കറുപ്പയ്യ..! കറുപ്പയ്യ മറുപടിയും പറഞ്ഞു. പറയാൻ അർഹതയുണ്ടെന്ന ഭാവത്തിൽ തന്നെ. മലയാള ചലച്ചിത്രവേദിയിലെ ഒരു വസ്ത്രാലങ്കാരക്കാരനാണ് കറുപ്പയ്യ എന്ന് അങ്ങിനെയൊരു ഈശാപോശയുണ്ടായതുകൊണ്ട് ജനം അറിഞ്ഞു. അല്ലെങ്കിൽ അതുമില്ല. അണിയറയല്ല രംഗമാണ് പ്രേക്ഷകന് പരിചയം. അറിയണമെന്നില്ലാഞ്ഞിട്ടല്ല. ആരും പറയാഞ്ഞിട്ടാണ്.

മുത്തു, നടരാജൻ, കുമാർ, പ്രഭാകരൻ, രാമചന്ദ്രൻ, ഗോവിന്ദ രാജ്, ബായി, ജോയി ഇവരെല്ലാം നമ്മുടെ സിനിമയിലെ കോസ്റ്റ്യൂമേഴ്സാണ്. ഇനിയും എത്രപേർ! ഒരു ചിത്രത്തെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഒഴിച്ചു നിർത്താൻ വയ്യാത്ത സ്ഥാനമാണ് വസ്ത്രാലങ്കാരത്തിനുള്ളത്.

കാലത്തിനും ദേശത്തിനും സംസ്ക്കാരത്തിനും പരിഷ്ക്കാരത്തിനും അനുസരിച്ചുള്ള മാറ്റങ്ങൾ കാണിക്കാൻ വസ്ത്രത്തെപ്പോലെ ഉപകാരപ്പെടുന്ന മറ്റൊന്ന് സിനിമയിലില്ലതന്നെ. നിത്യജീവിതത്തിലും ഒരു തയ്യൽക്കാരൻ മനുഷ്യരാശിക്ക് ഭൂമിയിലെങ്ങും എത്ര മാത്രം ഉപകാരപ്പെടുന്നു. തയ്യൽക്കാരില്ലെങ്കിൽ! ഹോ! അത് ആലോചിക്കാൻ കൂടി വയ്യ. ലോകത്തിന്റെ രൂപ ഭാവങ്ങൾക്ക് തന്നെ മാറ്റം വന്നുപോകും.

സിനിമയിലെ വസ്ത്രാലങ്കാരക്കാരന് അതിലും വലിയ ഉത്തരവാദിത്വമുണ്ട്. പ്രകൃതിയോടുപോലും അവർ മല്ലടിക്കേണ്ടി വരും. പ്രകൃത്യാ ഇല്ലാത്ത പലതും അവർക്ക് സൃഷ്ടിക്കേണ്ടി വരും! അവിടെ നാം ഒന്നു സമ്മതിക്കേണ്ടി വരുന്നു, സിനിമ സംവിധായകന്റെ മാത്രം കലയല്ല. വസ്ത്രാലങ്കാര വകുപ്പിൽ ഒരു ചീഫും ഒന്നും അതിലധികവും അസിസ്റ്റൻസുമുണ്ടാകും. പുണ്യപരാണ കഥകളൊക്കെയാണെങ്കിൽ സഹന്മാരുടെ എണ്ണം പിന്നേയും കൂടും. ഈ അസിസ്റ്റൻസുമാരുടെ ഗതിയാണ് അധോഗതി. ഡ്രസ്സ് കണ്ടിന്യുവിറ്റി സിനിമയിലെ ഒരു പ്രധാന പ്രശ്നമാണ്. ഒരു നോട്ടം പിഴച്ചാൽ എല്ലാം പിഴയ്ക്കും. തെറിപിടിക്കാൻ തുടങ്ങിയാൽ കൂട്ടത്തോടെ ഇവരുടെ പിടലിക്കുതന്നെ ചാടി വീഴും.





പോൾ വെങ്ങോല ഒരു മാണിക്യത്തെ പരിചയപ്പെടുത്തുന്നത് അടുത്ത ലക്കത്തിൽ വിവരിക്കാം. ●



ജോഷി ജോർജ്

joshygeorgecartoonist@gmail.com



ദിനപത്രങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച
ശ്രദ്ധേയമായ എഡിറ്റോറിയലുകളുടെ സംഗ്രഹം.

Editorials of the month

മലയാള മനോരമ ജൂലൈ 10, 2019

പത്രവ്യവസായത്തെ ശ്വാസം മുട്ടിക്കരുത്

സങ്കീർണ്ണമായ പലവിധ പ്രതിസന്ധികളിലൂടെ കടന്നു പോകുകയാണ് ഇന്ത്യൻ പത്രവ്യവസായം. പരസ്യവരുമാനം കുറഞ്ഞതും അച്ചടിച്ചെലവേറിയതും വൻകിട വിദേശ ഡിജിറ്റൽ കമ്പനികളുടെ അധിനിവേശവും പത്രമാസികകളെ കടുത്ത സാമ്പത്തിക സമ്മർദ്ദത്തിലാക്കുന്നതിനു പുറമേയാണ് ഇപ്പോൾ കേന്ദ്ര ബജറ്റിലൂടെ പത്രങ്ങളുടെയും ആനുകാലിക പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെയും അച്ചടിക്കടലാസിന് 10% ഇറക്കുമതി ചുങ്കം ഏർപ്പെടുത്താനുള്ള ബജറ്റ് നിർദ്ദേശം. ഇത് പത്രവ്യവസായത്തെ തളർത്തുക മാത്രമല്ല ജനതയിലേക്ക് അറിവു കടന്നുവരുന്ന വാതിലുകൾ ബലമായി അടച്ചിടാനുള്ള ഭരണകൂടശ്രമം കൂടിയാണ്. പത്രക്കടലാസിന് ഇതുവരെ ഇറക്കുമതി ചുങ്കം ഇല്ലാതിരുന്ന അവസ്ഥയിലാണ് ഒറ്റയടിക്ക് പത്തുശതമാനത്തിന്റെ വർദ്ധന. അച്ചടി മഷിക്കും മറ്റ് അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾക്കും വലിയ വിലക്കയറ്റമുണ്ടായി. നിലനിൽപ്പിനു വേണ്ടി പോരാടുകയാണ് നമ്മുടെ പത്രങ്ങളും ആനുകാലികങ്ങളും. വലിയ പത്രസ്ഥാപനങ്ങൾപോലും ഗുരുതരമായ സാമ്പത്തിക പ്രതി സന്ധിയെ അഭിമുഖീകരിക്കുന്നു. ചെറുകിട ഇടത്തരം പത്രങ്ങൾ പലതും അടച്ചു പൂട്ടലിന്റെ വക്കിലാണു താനും. സമൂഹമാധ്യമങ്ങളിലൂടെ നിരന്തരം വ്യാജവാർത്തകളുണ്ടാകുന്ന കാലമാണിത്. അതിനെ പ്രതിരോധിക്കാനും വിശ്വാസ്യതയുടെ കൊടിയടയാളമാകാനുമുള്ള ധർമ്മമാണു പത്രങ്ങൾക്കുള്ളത്. പത്രങ്ങളെ തളർത്താനുള്ള ശ്രമങ്ങളുണ്ടാകുമ്പോൾ ആ വിശ്വാസ്യതകൂടിയാകും തളരുക. ജനാധിപത്യത്തിനു കാവൽ നിൽക്കുന്ന നമ്മുടെ പത്രങ്ങൾക്ക് ആ അവസ്ഥ ഉണ്ടായിക്കൂടാ.

ദീപിക ജൂലൈ 11, 2019

ആരോഗ്യരക്ഷാ പദ്ധതി: അനിശ്ചിതത്വം മാറണം

സംസ്ഥാന സർക്കാരും കേന്ദ്ര സർക്കാരും ഏറെ കൊട്ടിഘോഷിച്ചു നടപ്പാക്കുന്ന ആരോഗ്യരക്ഷാ പദ്ധതികളെക്കുറിച്ചു ധാരാളം പേർക്ക് ആശയക്കുഴപ്പമുണ്ട്. കേന്ദ്ര പദ്ധതിയുമായി ചേർന്നാണു സംസ്ഥാന സർക്കാർ ആരോഗ്യ പദ്ധതി നടപ്പാക്കുന്നതെന്നു പറയുന്നുണ്ടെങ്കിലും എവിടെയോ ചില പൊരുത്തക്കേടുകൾ ഉണ്ട്. ജനോപകാരപ്രദമായ പദ്ധതികൾ നടപ്പാക്കുമ്പോൾ അതിന്റെ രാഷ്ട്രീയ നേട്ടത്തിനുവേണ്ടി രോഗികളെ വിഷമിപ്പിക്കരുത്. ചികിത്സിക്കാൻ പണമില്ലാതെ കഷ്ടപ്പെടുന്ന രോഗികൾക്ക് ആശ്വാസമേകുന്ന ഏതു പദ്ധതിയും എല്ലാവരുടെയും സഹകരണത്തോടെ നടപ്പാക്കണം. അതിൽ രാഷ്ട്രീയം കലർത്താനോ മുതലെടുപ്പു നടത്താനോ ശ്രമിക്കരുത്. ക്രമാതീതമായി വർദ്ധിച്ചു വരുന്ന ചികിത്സാച്ചെലവുകൾ വഹിക്കുന്നതിനു സാധാരണക്കാരെ ഏറെ സഹായിക്കുന്നതാണ് ആരോഗ്യ സംരക്ഷണപദ്ധതികൾ. വികസിത രാജ്യങ്ങളിലെല്ലാം ഇതിനു വിപുലമായ സംവിധാനങ്ങളുണ്ട്. നമ്മുടെ നാട്ടിൽ സർക്കാർ ആശുപത്രികളാണു സാധാരണക്കാർക്കു ചെലവുകുറഞ്ഞ ആരോഗ്യരക്ഷയ്ക്ക് ആകെ ആശ്രയമുണ്ടായിരുന്നത്. സമകാലിക ചികിത്സാരംഗം കൂടുതൽ സ്പെഷലൈസേഷനിലേക്കു പൊയ്ക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നതുകൊണ്ട് സ്വകാര്യ ആശുപത്രികളിലെ ചികിത്സ പൊതുവേ സാധാരണക്കാർക്കു വലിയ സാമ്പത്തിക ഭാരമാണ്. ആരോഗ്യസുരക്ഷാപദ്ധതികളുടെ പ്രയോജനം ജനങ്ങൾക്കു നഷ്ടമാകാതെ പദ്ധതി നടപ്പാക്കാൻ ഗവൺമെന്റു ശ്രമിക്കണം.

ദേശാഭിമാനി ജൂലൈ 13, 2019

കൗമാരത്തിന് കൈത്താങ്ങാകണം

ജീവിതത്തിലെ ചെറിയ പ്രശ്നങ്ങൾപോലും തരണം ചെയ്യാനാകാത്തവിധം സംഘർഷഭരിതമായ മാനസികാവസ്ഥയിലൂടെയാണോ നമ്മുടെ കൗമാരക്കാർ കടന്നുപോകുന്നതെന്ന് ആശങ്കപ്പെടേണ്ടിയിരിക്കുന്നു. കൗമാരക്കാരുടെ ആത്മഹത്യാപ്രവണതയും വീടുവിട്ടുപോകലും നിത്യസംഭവമായി മാറുകയാണ്. വിദ്യാഭ്യാസത്തെയും ജീവിതവിജയത്തെയും ചൊല്ലിയുള്ള അമിത പ്രതീക്ഷകളുടെ ഭാരം താങ്ങാനാകാതെയാണ് പലരും മരണത്തിന്റെ വഴി തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്. തോൽവിയുടെയോ തിരിച്ചടിയുടെയോ ചെറുകാറ്റുപോലും ഏൽക്കാനാകാത്ത ദുർബലചിത്തരായാണ് കുട്ടികൾ വളരുന്നത്. പരാജയം ജീവിതത്തിന്റെ അവസാനമാണ് എന്ന പാഠം കുഞ്ഞുങ്ങൾ മനസ്സിൽ ഉരുവിട്ടുറപ്പിക്കുന്നു. പരീക്ഷയിലും ജീവിതത്തിലും ഒരിക്കലും തോൽക്കരുതെന്നു കരുതുന്ന അവർ ആദ്യ തിരിച്ചടിക്കു മുന്നിൽ ശിരസ്സറുത്തു നൽകാൻ മാനസികമായി തയ്യാറെടുത്തു നിൽക്കുകയാണ്. സ്വന്തം ആഗ്രഹങ്ങൾ കുട്ടികളിലൂടെ സാക്ഷാൽക്കരിക്കാനാണ് ഇന്ന് രക്ഷിതാക്കളുടെ ശ്രമം. ഭാവി ജീവിതത്തിൽ ഒരാൾ എന്തായിത്തീരണമെന്ന് തീരുമാനിക്കുന്ന സുപ്രധാന കാലമാണ് കൗമാരം. ഇക്കാലത്ത് വ്യക്തമായ ആസൂത്രണത്തോടെ തീരുമാനമെടുത്ത് മുന്നോട്ടു പോകാൻ രക്ഷിതാക്കളുടെയും അദ്ധ്യാപകരുടെയും പിന്തുണയും സഹായവും വേണം. മക്കൾക്ക് എല്ലാ സൗകര്യങ്ങളും ഒരുക്കുന്നതോടൊപ്പം അവരുടെ പരിമിതികൾ മനസ്സിലാക്കാനും രക്ഷിതാക്കൾക്ക് കഴിയണം. എങ്കിലേ കൗമാരക്കാരെ ആത്മവിശ്വാസമുള്ളവരാക്കിമാറ്റാൻ കഴിയൂ

ദീപിക ജൂലൈ 17, 2019

പരിസ്ഥിതി സൗഹൃദ വാഹന സംസ്കാരം വളരണം

ഇലക്ട്രിക് വാഹനങ്ങളുടെ ഉപയോഗം വർദ്ധിപ്പിക്കാനുള്ള യത്നത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം അന്തരീക്ഷ മലിനീകരണം ഒഴിവാക്കുക മാത്രമല്ല, പ്രകൃതിവിഭവങ്ങളുടെ ചൂഷണം പരിമിതപ്പെടുത്തുക കൂടിയാണ്. പെട്രോളും ഡീസലും ഉപയോഗിച്ചുള്ള വാഹനങ്ങൾ അന്തരീക്ഷത്തിലുണ്ടാക്കുന്ന കഠിനമായ മലിനീകരണം വലിയ ആരോഗ്യ പ്രശ്നവുമാണ്. ഹരിതോർജം എന്ന ആശയം ലോകമെമ്പാടും വലിയ പ്രചാരം നേടിവരുകയാണ്. ഹരിതോർജത്തിലേക്കു മാറാൻ ലോകം ഒട്ടും വൈകിക്കൂടെന്നു പരിസ്ഥിതി ശാസ്ത്രജ്ഞർ ഏറെക്കാലമായി മുന്നറിയിപ്പു നൽകുന്നുണ്ട്. ഫാക്ടറികളിൽ നിന്നുള്ള പുകയെപ്പറ്റി നാം പലപ്പോഴും ആവലാതിപ്പെടാറുണ്ടെങ്കിലും അന്തരീക്ഷ മലിനീകരണത്തിൽ വാഹനങ്ങൾ വലിയ പങ്കാണു വഹിക്കുന്നത്. സമ്പൂർണ്ണമായി സൗരോർജ്ജത്തിൽ പ്രവർത്തിപ്പിക്കാൻ കൊച്ചി അന്താരാഷ്ട്ര വിമാനത്താവളത്തിനു കഴിയുന്നു. വാഹനങ്ങളിൽ സൗരോർജ്ജം ഉപയോഗിക്കുന്നതിനു പല പരിമിതികളുമുണ്ടാവാം, പക്ഷേ ഗവേഷണങ്ങൾ ഈ രംഗത്തുമുണ്ടാകണം. വാഹനങ്ങളുടെ എണ്ണം വർദ്ധിക്കുന്നതു തടയുക പ്രായോഗികമല്ല. പ്രകൃതിസൗഹൃദ ഊർജ്ജമുപയോഗിക്കുന്ന വാഹനങ്ങൾ കൂടുതലായി നിരത്തിലെത്തിക്കുകയാണു വേണ്ടത്. ഇതിനുവേണ്ടി നമ്മുടെ എൻജിനീയറിംഗ് കോളേജുകളും മറ്റും കൂടുതൽ പഠന ഗവേഷണങ്ങൾ നടത്തേണ്ടിയിരിക്കുന്നു.

മാതൃഭൂമി ജൂലൈ 20, 2019

അനിവാര്യം ഈ പട്ടിക

മനുഷ്യരാശിയുടെ ആരോഗ്യകരമായ നിലനിൽപ് ഉറപ്പുവരുത്തുകയാണ് അവശ്യമരുന്നു പട്ടികയിലൂടെ ലോകാരോഗ്യ സംഘടന ചെയ്യുന്നത്. ആഗോള തലത്തിൽ 155 രാജ്യങ്ങളെങ്കിലും ഈ പട്ടികയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ തുടർപ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്നുണ്ട്. അതുകൊണ്ടു തന്നെയാണ് അവശ്യമരുന്നുകളെ സംബന്ധിച്ച് പട്ടിക അനിവാര്യമാകുന്നത്. അവശ്യമരുന്നുപട്ടിക നിലവിലുണ്ടെങ്കിലും അതിന്റെ അന്തസത്ത പൂർണ്ണമായും ഉൾക്കൊള്ളാൻ ഇനിയും നാം ഏറെ സഞ്ചരിക്കേണ്ടതുണ്ട്. നിലവിലുള്ള ഔഷധങ്ങളിൽ കാലോചിതമായ പരിഷ്ക്കാരം വരുത്തി സമൂഹത്തിന് കൂടുതൽ പ്രയോജനകരമാക്കുകയെന്നതും ദൗത്യമാണ്. മേന്മയുള്ള മരുന്നുകൾ താങ്ങാവുന്ന വിലയിൽ എല്ലാവർക്കും എല്ലായിടത്തും ലഭ്യമാക്കുകയെന്നതാണ് ഈ സംവിധാനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം. അവശ്യമരുന്നുകളുടെ പട്ടിക ഇന്ത്യയിലും കാലോചിതമായി പരിഷ്കരിക്കാറുണ്ട്. എന്നാൽ ഇവയുടെ പ്രയോഗവത്ക്കരണത്തിലാണ് നാമിപ്പോഴും മുടന്തുന്നത്. ഇത്തരം മരുന്നുകളുടെ പട്ടിക പ്രാദേശിക ഭാഷകളിലും മറ്റും പ്രസിദ്ധപ്പെടുത്താനുള്ള ശ്രമങ്ങൾക്ക് കാര്യമായ തുടർച്ചയുണ്ടാകാതെ പോയത് തിരിച്ചടിയാണ്. ഓരോ മരുന്നിന്റെയും പുതിയ പ്രത്യേകതകളും അവയുടെ ഉപയോഗരീതികളുമൊക്കെ വിവരിക്കുന്ന കുറിപ്പുകൾ പ്രസിദ്ധപ്പെടുത്തുന്നതും പ്രയോജനമാകും. ഏറ്റവും പ്രധാനം പട്ടികയിലുൾപ്പെടുന്ന മരുന്നുകൾ പൊതുമേഖലാ കമ്പനികളിൽ ഉത്പാദിപ്പിച്ച് പരമാവധി കുറഞ്ഞ വിലയിൽ വിപണിയിലെത്തുക എന്നതാണ്. ഇത്തരം നടപടികൾ കൂടിയാൽ മാത്രമേ യഥാർത്ഥ പ്രയോജനം ജനങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കൂ.

മാധ്യമം ജൂലൈ 24, 2019

സ്വപ്നപഥത്തിലേക്കൊരു ചന്ദ്രവാഹനം

ചന്ദ്രയാൻ 2ന്റെ വിജയക്കുതിപ്പോടെ ബഹിരാകാശ പര്യവേക്ഷണ രംഗത്ത് വൻശക്തി രാഷ്ട്രങ്ങൾക്കൊപ്പം തന്നെയാണ് ഇന്ത്യയുടെ സ്ഥാനമെന്ന് ഒരിക്കൽകൂടി തെളിഞ്ഞിരിക്കുന്നു. പുതിയ നൂറ്റാണ്ടിൽ മറ്റുരാജ്യങ്ങൾ പലപ്പോഴും നമ്മുടെ സാങ്കേതികവിദ്യ കടമെടുത്തിട്ടുണ്ട്. ഭൂമിയുടെ പരിക്രമണപഥത്തിലേക്ക് വാഹനത്തെ എത്തിക്കുകയെന്ന ആദ്യ ദൗത്യമാണ് ഇപ്പോൾ വിജയകരമായി പിന്നിട്ടിരിക്കുന്നത്. മനുഷ്യൻ ആദ്യമായി ചന്ദ്രനിൽ കാലുകുത്തിയതിന്റെ അമ്പതാം വാർഷികത്തിലാണ് ചന്ദ്രന്റെ രണ്ടാം ദൗത്യമെന്നത് യാദൃച്ഛികം മാത്രമാണ്. പ്രപഞ്ചത്തെ കൂടുതൽ മനസ്സിലാക്കാൻ സഹായിക്കുന്ന വിവരങ്ങളുടെ ശേഖരണം എന്നതിനപ്പുറം ശാസ്ത്ര-സാങ്കേതിക രംഗത്ത് തങ്ങൾ കൈവരിച്ച നേട്ടങ്ങളുടെ പ്രദർശനമെന്ന നിലയിൽകൂടിയാണ് അപ്പോളോ പദ്ധതികളടക്കം ആഘോഷിക്കപ്പെട്ടതെങ്കിൽ പുതിയ കാലത്തെ ദൗത്യങ്ങൾക്ക് വേറെയും ലക്ഷ്യങ്ങളുണ്ട്. ഭാവിയിൽ മനുഷ്യന്റെ ബഹിരാകാശ പര്യവേക്ഷണങ്ങളുടെ ഇടത്താവളമായി ചന്ദ്രൻ വർത്തിക്കുമോ എന്നത് ജലസാന്നിധ്യത്തിന്റെ സ്ഥിരീകരണത്തോടെ സാധിക്കും. ഭൂമിയിലെ ആദ്യ ഗഗനചാരികളുടെ യാത്രയുടെ നേട്ടം മൊത്തം സമൂഹത്തിനായിരുന്നു. ആ യാത്രകളിലൂടെയൊക്കെ ആർജിച്ച അറിവിന്റെ പിൻബലത്തിലാണ് പിന്നീടുള്ള യാത്രകളെല്ലാം സാധ്യമായത്. ശാസ്ത്രപര്യവേക്ഷണരംഗത്തെ വിശാലമായ വിഹായസ്സിലേക്ക് വാതിൽ തുറക്കാനുള്ള ചന്ദ്രയാൻ ലക്ഷ്യങ്ങൾ പൂർണ്ണതയിലെത്തട്ടെയെന്ന് ആശംസിക്കാം.



കലാലയത്തിൽ നിന്നുള്ള വിദ്യാസമ്പന്നത എന്റെ തൊഴിൽ വഴികാട്ടി

ഓരോ ഫയലും ഓരോ ജീവിതമാണ്. നമ്മൾ ഭാവിയിൽ ഏതു പ്രഫഷനിലാണെങ്കിലും സർക്കാരിലോ പ്രൈവറ്റ് സ്ഥാപനത്തിലോ ആകട്ടെ മറ്റുള്ളവരെ അംഗീകരിക്കുവാനും മനസ്സിലാക്കുവാനും നമുക്കു സാധിക്കണം. കഷ്ടപ്പെട്ടു കിട്ടിയ ജോലി ആത്മാർത്ഥമായി ചെയ്തു നിങ്ങളുടെ കുടുംബത്തെ സ്നേഹിച്ചു പോറ്റുമ്പോൾ യഥാർത്ഥത്തിൽ നിങ്ങളുടെ വിദ്യാഭ്യാസം നിങ്ങൾക്ക് ഒരു പൊൻതൂവലും അന്തസ്സും നൽകുകയാണ്.

ഉയർന്ന കമ്പനിയിൽ മാനേജർ തസ്തികയിലേക്കുള്ള ഇന്റർവ്യൂവിനു എത്തിയതാണ് എം.ബി.എ. യോഗ്യത നേടിയ അരുൺ. പലപ്പോഴായുള്ള ഓരോ വകുപ്പു ഉദ്യോഗസ്ഥരുടെയും ഇന്റർവ്യൂകൾക്കു ഒടുവിൽ കമ്പനി ഡയറക്ടറുടെ അവസാന ഇന്റർവ്യൂവിനുവേണ്ടി കാത്തിരിക്കേണ്ടി വന്നു അരുണിന്. പറഞ്ഞ ദിവസം കൃത്യസമയത്തു തന്നെ അരുൺ ഡയറക്ടറെ കണ്ടു. അദ്ദേഹം പ്ലസ്ടൂതൊട്ടുള്ള ഓരോ അക്കാദമിക്ക് സർട്ടിഫിക്കറ്റുകളും നോക്കി തൃപ്തനായി അരുണിനോടു ചോദിച്ചു. ഇത്രയും നീണ്ട പഠനകാലത്തിനിടയിൽ താങ്കൾ സ്കോളർഷിപ്പൊന്നും നേടിയില്ലേ? ഇല്ല എന്നു അരുൺ ഉത്തരം പറഞ്ഞു. സ്ക്കൂൾ കോളേജ് ഫീസൊക്കെ കൊടുത്തത് അച്ഛനാണോ? ഡയറക്ടർ ചോദിച്ചു. അച്ഛൻ നേരത്തെ മരിച്ചുപോയി. അമ്മയാണ് ഫീസൊക്കെ തന്നു തന്നെ പഠിപ്പിച്ചു ഈ നിലയിലാക്കിയത്. അമ്മ എന്തു ചെയ്യുന്നു? തുണിയൊക്കെ അലക്കി തേച്ചു കൊടുക്കുന്ന ജോലിയാണ്. ഡയറക്ടർ അരുണിന്റെ കൈ കാണിയ്ക്കുവാൻ പറഞ്ഞു. മാർദ്ദവമുള്ള ആ കൈകൾ നോക്കി, അമ്മയെ അരുൺ സഹായിക്കുമോ എന്നു ചോദിച്ചു. ഇല്ല. എപ്പോൾ സഹായിക്കുവാൻ ചെന്നാലും അമ്മ പഠിയ്ക്കുവാനും പുസ്തകങ്ങൾ വായിക്കുവാനും പറഞ്ഞു വിടുകയാണ് പതിവ്. ഡയറക്ടർ പറഞ്ഞു ഇന്നു അരുൺ വീട്ടിൽപോയി അമ്മയുടെ കരം പിടിയ്ക്കുക. ആ കരം കഴുകി വൃത്തിയാക്കുക. എന്നിട്ട് നാളെ എന്നെ വന്നു കാണുക.

പ്രതീക്ഷയോടെ ഫൈനൽ ഇന്റർവ്യൂവിനു എത്തിയ അരുണിന് ഇതൊരു പുതിയ അനുഭവമായി. വീട്ടിലെത്തിയ അരുൺ അമ്മയോടു ഇന്റർവ്യൂവിന്റെ വിവരങ്ങൾ സംസാരിച്ചതിനുശേഷം അമ്മയുടെ കൈകൾ സ്നേഹത്തോടെ പിടിച്ചുനോക്കി. ആ കരം ശ്രദ്ധയോടെ നോക്കിയപ്പോൾ കൈവെള്ളയിലെ ചുളിവുകളും, ചതഞ്ഞതുപോലെ ഉള്ളിലേക്കു വലിഞ്ഞ വിരലുകളും, അരുൺ തന്റെ കൈകളാൽ തലോടി. അവനു മനസ്സിലായി തന്റെ കൈയ്യും അമ്മയുടെ കൈയ്യും തമ്മിലുള്ള അന്തരം. തന്നെ വളർത്തിവലുതാക്കിയ ആ കൈകൾ ചെറുചൂടുവെള്ളത്തിൽ അവൻ കഴുകി തുടച്ചു. കൈ നീറിയപ്പോൾ വലിച്ച അമ്മയുടെ കൈവെള്ളയിൽ,തനിയ്ക്കുവേണ്ടി അദ്ധ്വാനിയ്ക്കുന്ന ആ കൈകളിൽ, ഒരു ചുംബനം നൽകി. തന്റെ മകൻ

നൽകിയ അംഗീകാരത്തിൽ ആ സാധു സ്ത്രീ വിങ്ങുന്നുണ്ടായിരുന്നു. പിന്നീട് അവിടെ കിടന്ന തുണികളും എല്ലാം അവൻ കഴുകി വൃത്തിയാക്കി. അന്നത്തെ ജോലികളെല്ലാം അരുൺ ചെയ്തു തീർത്തു. അതിനു ശേഷം വളരെനേരം അവർ സംസാരിച്ചിരുന്നു.

പിറ്റേന്നു ഡയറക്ടറോടു തലേദിവസം ചെയ്ത കാര്യങ്ങളും അമ്മയെ സഹായിച്ചത് ഉൾപ്പെടെയുള്ള സംഭവങ്ങൾ വിവരിച്ചു. ഇതു പറയുമ്പോൾ അവന്റെ കണ്ണുകളിൽ നിന്നും കണ്ണുനീർ ഒഴുകുകയായിരുന്നു. ഈ പ്രവൃത്തിയിൽ നിന്നും അരുൺ എന്തു മനസ്സിലാക്കി എന്നു ഡയറക്ടർ ചോദിച്ചു. അരുൺ പറഞ്ഞ മറുപടി ഇങ്ങനെയായിരുന്നു. മൂന്നു കാര്യങ്ങൾ എനിയ്ക്കു മനസ്സിലാക്കുവാൻ സാധിച്ചു.

1. അംഗീകാരം അർഹതയുള്ള ആരാണെങ്കിലും ആഗ്രഹിക്കും. അവരെ അംഗീകരിക്കുക.

2. ഏതൊരു തൊഴിലിലും വിഷമതകളും ബുദ്ധിമുട്ടുകളും ഉണ്ടെന്നു മനസ്സിലാക്കി.

3. കുടുംബബന്ധത്തിന്റെ പ്രാധാന്യവും കരുതലും ശക്തിയും ഇതുവഴി മനസ്സിലാക്കാൻ സാധിച്ചു.

ഡയറക്ടർ പറഞ്ഞു ഞങ്ങളുടെ കമ്പനിക്കു വേണ്ടത് ഇങ്ങനെയുള്ള മാനേജരെയാണ്. നിങ്ങൾക്ക് ജോലിയിൽ പ്രവേശിക്കാം. അപ്പോയിൻമെന്റ് ഓർഡറും നൽകി. മറ്റുള്ളവരെ അംഗീകരിക്കാനും മുന്നോട്ടു കൊണ്ടുപോകുവാനും ഉള്ള അരുണിന്റെ മിടുക്ക് പിന്നീട് കമ്പനിയെ സാമ്പത്തികമായി മാത്രമല്ല തൊഴിലാളികളെ ഒത്തൊരുമിച്ചു ഒരുമയോടെ കൊണ്ടുപോകുവാനും സാധിച്ചു.

ഓരോ ഫയലും ഓരോ ജീവിതമാണ്. നമ്മൾ ഭാവിയിൽ ഏതു പ്രഫഷനിലാണെങ്കിലും സർക്കാരിലോ പ്രൈവറ്റ് സ്ഥാപനത്തിലോ ആകട്ടെ മറ്റുള്ളവരെ അംഗീകരിക്കുവാനും മനസ്സിലാക്കുവാനും നമുക്കു സാധിക്കണം. കഷ്ടപ്പെട്ടു കിട്ടിയ ജോലി ആത്മാർത്ഥമായി ചെയ്തു നിങ്ങളുടെ കുടുംബത്തെ സ്നേഹിച്ചു പോറ്റുമ്പോൾ യഥാർത്ഥത്തിൽ നിങ്ങളുടെ വിദ്യാഭ്യാസം നിങ്ങൾക്ക് ഒരു പൊൻതൂവലും അന്തസ്സും നൽകുകയാണ്.

കരിയർ പ്ലാൻ ചെയ്യുമ്പോൾ നിങ്ങളുടെ വിദ്യാഭ്യാസം വഴി ലഭിക്കുന്ന തൊഴിലിനോടും ആ തൊഴിലിനെ ആശ്രയിക്കുന്ന സാധാരണക്കാരായ ഒരു സമൂഹവും എവിടെയും ഉണ്ടെന്നുള്ളത് മറക്കരുത്. നിങ്ങളുടെ വിദ്യാഭ്യാസം പൂർണ്ണമാകണമെങ്കിൽ അതിന്റെ അനുഗ്രഹം നിങ്ങളുടെ ജീവിതകാലം മുഴുവൻ ലഭിക്കണമെങ്കിൽ സത്യസന്ധതയും ആത്മാർത്ഥതയും പ്രതിബദ്ധതയും ഉള്ള തലമുറ ഉണ്ടാകണം. അതിനായി നമ്മൾ ഓരോരുത്തരും ശ്രമിക്കേണ്ടതുണ്ട്.



കഠിനമായ പ്രയത്നവും അത്രമേൽ സമർപ്പണവും ഉണ്ടെങ്കിൽ മാത്രം എത്തിപ്പെടാൻ കഴിയുന്നതാണ് സിവിൽ സർവ്വീസ്. അഖിലേന്ത്യാ തലത്തിൽ യൂണിയൻ പബ്ലിക് സർവീസ് കമ്മീഷൻ (UPSC) നടത്തുന്ന ഈ പരീക്ഷയിൽ ഓൾ ഇന്ത്യ സർവ്വീസ്, കേന്ദ്ര സർവീസ് ഗ്രൂപ്പ് എ, ബി എന്നിങ്ങനെ തരംതിരിക്കപ്പെടുന്ന 24 സർവ്വീസുകളാണുള്ളത്. രാഷ്ട്രപതിയാണ് ഉദ്യോഗസ്ഥരെ ഇന്ത്യൻ സിവിൽ ലോകത്തേക്ക് നിയമിക്കുന്നത്.

മൂന്നു ഘട്ടങ്ങളായാണ് സിവിൽ സർവ്വീസ് പരീക്ഷ നടത്തുന്നത്. ആദ്യ രണ്ട് ഒബ്ജക്റ്റീവ് ടൈപ്പ് പേപ്പറുകൾ ഉൾപ്പെടുന്ന പ്രിലിമിനറി പരീക്ഷ. ജനറൽ സ്റ്റഡീസ് പേപ്പർI, ജനറൽ സ്റ്റഡീസ് പേപ്പർ II എന്നീ പേപ്പറുകളുള്ള ഈ പരീക്ഷ സിവിൽ സർവ്വീസ് ആപ്റ്റിറ്റ്യൂഡ് ടെസ്റ്റ് എന്നാണ് അറിയപ്പെടുന്നത്. ഈ പരീക്ഷയിലെ മാർക്ക് അനുസരിച്ച് ഒമ്പത് പേപ്പറുകളുള്ള പ്രധാന പരീക്ഷയിലേക്ക് യോഗ്യത നേടാം. അതിൽ രണ്ടു പേപ്പറുകൾ യോഗ്യത മാനദണ്ഡമാണ്. പ്രധാന പരീക്ഷയ്ക്കു പിന്നാലെയാണ് അഭിമുഖ പരീക്ഷ. വർഷം തോറും 10ലക്ഷത്തോളം പേർ പരീക്ഷയെഴുതും. എല്ലാവർഷവും ജൂണിൽ നടക്കുന്ന പ്രിലിമിനറി പരീക്ഷയുടെ ഫലം ആഗസ്റ്റ് മാസത്തിൽ പുറത്തുവിടും. മെയ്ൻസ് അതിനു പിന്നാലെ ഒക്ടോബറിൽ നടക്കും. തൊട്ടടുത്ത വർഷം ജനുവരിയിൽ ഈ പരീക്ഷയുടെ ഫലമറിയാനാകും. വ്യക്തിത്വ പരീക്ഷണത്തിന്റെ അതിപ്രധാനമായ അഭിമുഖം മാർച്ചിലാണ് നടക്കുക. മെയ്ൻസിന്റെയും അഭിമുഖത്തിന്റെയും മാർക്ക് ചേർത്തുള്ള അന്തിമ ഫലം മേയ് മാസത്തിൽ പ്രഖ്യാപിയ്ക്കും. സെപ്തംബർ മാസത്തോടെ പരിശീലനവും ആരംഭിക്കും.

വർഷംതോറുമുള്ള ഒഴിവുകളുടെ 11 മുതൽ 12 വരെ ഇരട്ടി പേരാണ് പ്രിലിമിനറി കടമ്പ കടക്കുന്നത്. അവസാന അഭിമുഖ ഘട്ടമാകുമ്പോഴേയ്ക്കും ഇത് രണ്ട് ഇരട്ടിയാകും. 2017ൽ 10ലക്ഷംപേർ അപേക്ഷിച്ചതിൽ അഞ്ചുലക്ഷത്തോളംപേർ പ്രിലിമിനറി പരീക്ഷ എഴുതി യോഗ്യത നേടി. 13,336 പേർ മെയ്ൻസ് പരീക്ഷ എഴുതി അവരിൽ 2568 പേരാണ് ഇന്റർവ്യൂ ബോർഡിനു മുന്നിൽ എത്തിയത്. ഒടുവിൽ തിരഞ്ഞെടുക്കപ്പെടുന്നവർ ഏകദേശം 990. ചിട്ടയായ പഠനവും ലക്ഷ്യബോധവും ഉണ്ടെങ്കിൽ നിങ്ങൾക്ക് ജോയിൻ ചെയ്യാവുന്ന മേഖലയാണ് സിവിൽ സർവ്വീസ്.

അംഗീകാരമുള്ള ഏതെങ്കിലും വിഷയത്തിലെ ഡിഗ്രിയാണ് വിദ്യാഭ്യാസ യോഗ്യത. സാധാരണ യൂണിവേഴ്സിറ്റി ഡിഗ്രിയോ ഓപ്പൺ യൂണിവേഴ്സിറ്റി ഡിഗ്രിയോ വിദൂരപഠനം വഴിയുള്ള ഡിഗ്രിയോ ആകാം. 21 വയസ്സ് പൂർത്തിയാകുന്നവർക്ക് അപേക്ഷിക്കാവുന്നതാണ്. എൻ.സി.ഇ.ആർ.ടി. പാഠപുസ്തകങ്ങളാണ് സിവിൽ സർവ്വീസ് പരീക്ഷാ പരിശീലനത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനം. ഒരു തവണ പരീക്ഷ എഴുതി പരാജയപ്പെട്ടാൽ ഒരിക്കലും പിന്തിരിയരുത്. ജനറൽ വിഭാഗത്തിന് ആറുതവണ പരീക്ഷ എഴുതാം. ഒ.ബി.സിക്ക് ഒൻപതും എസ്.സി/ എസ്.ടി. വിഭാഗത്തിന് 37 വയസ്സുവരെ എത്ര തവണയും എഴുതാവുന്നതാണ്. www.upsc.gov.in എന്ന വെബ്സൈറ്റിൽ സിവിൽ സർവ്വീസ് പരീക്ഷ, സിലബസ്, സമയക്രമം തുടങ്ങിയ വിശദവിവരങ്ങൾ ലഭിക്കും.

കുറഞ്ഞ ഫീസിൽ ഹോസ്റ്റൽ സൗകര്യത്തോടെ അക്കാദമിക് അന്തരീക്ഷത്തിൽ പഠിക്കാവുന്ന സാഹചര്യമാണ് കേന്ദ്രസർവകലാശാല ഒരുക്കുന്നത്. കേന്ദ്ര മാനവവിഭവശേഷി മന്ത്രാലയത്തിന്റെ മേൽനോട്ടത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന 49 കേന്ദ്ര സർവകലാശാലകളാണ് നമ്മുടെ രാജ്യത്തുള്ളത്. ഒരു കേന്ദ്ര സർവകലാശാല മാത്രമാണ് കേരളത്തിലുള്ളത്. കാസർകോട് ജില്ലയിലുള്ള സെൻട്രൽ യൂണിവേഴ്സിറ്റി ഓഫ് കേരള. തിരുവനന്തപുരത്തും തിരുവല്ലയിലുമായി രണ്ട് ഉപകേന്ദ്രങ്ങളും സർവ്വകലാശാലക്കുണ്ട്. http://www.cukerala.ac.in വിശദവിവരങ്ങൾ അറിയാവുന്നതാണ്.

സെൻട്രൽ യൂണിവേഴ്സിറ്റി ഓഫ് ഇന്ത്യയുടെ സൈറ്റിൽ പ്രവേശിച്ചാൽ രാജ്യത്തെ എല്ലാ കേന്ദ്ര യൂണിവേഴ്സിറ്റികളെക്കുറിച്ചും കോഴ്സുകളെക്കുറിച്ചും ഇന്റഗ്രേറ്റഡ് കോഴ്സുകളെക്കുറിച്ചും ഓരോന്നിന്റെയും യൂണിവേഴ്സിറ്റികളെക്കുറിച്ചും കട്ട് ഓഫിനെ കു



റിച്ചും അറിയാവുന്നതാണ്. താൽപര്യത്തോടെയും യോഗ്യതയോടെയും മനസ്സിരുത്തി പഠിക്കുക.

സർക്കാരും സർക്കാരിതര സംഘടനകളും എല്ലാം നിരവധി സ്കോളർഷിപ്പുകൾ നൽകുന്നുണ്ട്. കോഴ്സുകൾ പൂർത്തീകരിക്കുവാൻ ഈ സ്കോളർഷിപ്പുകൾ സഹായിക്കും. സ്കോളർഷിപ്പു നൽകുന്ന സ്ഥാപനവുമായി ഫോണിലോ വെബ്സൈറ്റ് സന്ദർശിച്ചോ അപേക്ഷിക്കുവാൻ യോഗ്യതയുണ്ടോയെന്നു ഉറപ്പുവരുത്തുക. സ്കോളർഷിപ്പിനു അപേക്ഷിക്കുമ്പോൾ ലഭിയ്ക്കുന്ന രജിസ്ട്രേഷൻ ഐ.ഡിയും പാസ്‌വേർഡും മറക്കരുത്. രണ്ടാം വർഷം സ്കോളർഷിപ്പ് പുതുക്കാൻ ആവശ്യമായതിനാൽ അത് എഴുതി സൂക്ഷിക്കുക. നിലവിൽ ഏതെങ്കിലും സ്കോളർഷിപ്പ് ലഭിക്കുന്നവരാണെങ്കിൽ പല സ്ഥാപനങ്ങളും വീണ്ടും സ്കോളർഷിപ്പ് നൽകുന്നതല്ല എന്ന് മനസ്സിലാക്കുക. അക്കാര്യം വെബ്സൈറ്റ് വഴിയോ ഫോണിലൂടെയോ ഉറപ്പിക്കുക. ഓൺലൈനായി അപേക്ഷിക്കുന്നതിന്റെ പ്രിന്റൗട്ട് അപേക്ഷകർ സൂക്ഷിക്കുവാൻ മറക്കരുത്. ഓൺലൈൻ അപേക്ഷ പൂരിപ്പിക്കുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങൾ വെബ്സൈറ്റിൽ നൽകിയിരിക്കും. ഇത് പൂർണ്ണമായും വായിക്കുക. ദേശസാത്കൃത ബാങ്കുകളിൽ ഏതെങ്കിലും ഒന്നിൽ അക്കൗണ്ട് തുടങ്ങുക. മിക്ക സ്ഥാപനവും അപേക്ഷകന് സ്വന്തം പേരിൽ അക്കൗണ്ട് എന്നത് നിർബന്ധമാക്കിയിട്ടുണ്ട്.

സാമ്പത്തിക പ്രയാസം കാരണം വിഷമിക്കുന്നവർ, ഉയർന്ന മാർക്കു നേടിയിട്ടും ഇഷ്ടപ്പെട്ട കോഴ്സ് പഠിക്കുവാൻ സാധിക്കാത്തവർ, യോഗ്യതകൾ നേടിയിട്ടും വിദ്യാഭ്യാസം മുന്നിൽ അടഞ്ഞു എന്നു ചിന്തിക്കുന്നവർ, സഹായം നഷ്ടപ്പെട്ടവർ എന്നിവർക്കു പ്രചോദനവും ശക്തിയുമാണ് സ്കോളർഷിപ്പുകൾ.

- www.scholarships.gov.in
- http//:www.minorityaffairs.gov.in
- www.kshec.kerala.gov.in
- www.ugc.ac.in/sgc (ഒറ്റ പെൺകുട്ടി സ്കോളർഷിപ്പ്)
- www.ugc.ac.in/svsgc
- www.licindia.in
- www.kswcfc.org
- www.scert.kerala.gov.in
- www.ongcindia.com
- www.dcescholarship.kerala.gov.in

- www.minoritywelfare.kerala.gov.in
- www.dcescholarship.gov.in
- www.nhfdc.nic.in (ഭിന്നശേഷിക്കാർക്ക്)
- www.macf.nic.in
- www.indiaculture.nic.in (കലാകാരൻമാർക്ക്)
- www.online-inspire.gov.in
- www.kvpy.iise.ernet.in
- www.aai.aero
- www.nsnis.org (കായികതാരങ്ങൾക്ക്)
- അയ്യങ്കാളി മെമ്മോറിയൽ സ്കോളർഷിപ്പ്

മുകളിലെ വെബ്സൈറ്റുകൾ സന്ദർശിച്ച് നിങ്ങളുടെ യോഗ്യത ഉറപ്പാക്കുക. സ്കോളർഷിപ്പിനെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങളും മനസ്സിലാക്കുക.

നിങ്ങൾ പഠിക്കുന്ന കലാലയങ്ങൾ പഠനത്തിന്റെയും കലയുടെയും സംസ്കാരത്തിന്റെയും സുഹൃദ്ബന്ധങ്ങളുടെയും ഗുരുശിഷ്യ ബന്ധത്തിന്റെയും അറിവിന്റെയും സന്തോഷത്തിന്റെയും സമാധാനത്തിന്റെയും ആലയമായിരിക്കട്ടെ. അട്ടഹാസങ്ങൾക്കായും അക്രമരാഷ്ട്രീയത്തിന്റെയും അരാജകത്വത്തിന്റെയും ആയുധങ്ങളുടെയും പകപോക്കലുകളുടെയും ചോരപ്പുഴയാകാതിരിക്കട്ടെ. കലാലയം ഈശ്വര സാന്നിദ്ധ്യമാണ്. അവിടെ കുടികൊള്ളുന്നത് അറിവും ജ്ഞാനവുമാണ്. നാമാകുന്ന വിദ്യാർത്ഥി വിദ്യാസമ്പന്നത നേടുന്നത് ഈ ഗുരുകുലത്തിൽ നിന്നാണ് എന്നതു മറക്കാതിരിക്കുക.

മാതാ - പിതാ - ഗുരു - ദൈവം ●



ജോൺ കുര്യൻ വടക്കേക്കര
Ph: 94474 35091
image.jkmrt@gmail.com



എന്നും കുട കൂട്ടിനുണ്ട്

കുട്ടിക്കാലത്ത് പള്ളിയിൽ പോകാൻ ഒരുങ്ങുന്ന ഒരു ദിവസം രാവിലെ 6.30 ന്റെ ആകാശവാണി വാർത്തക്ക് മുമ്പാണ് ഞാൻ ആദ്യമായി ഒരു കുടയുടെ പരസ്യം കേൾക്കുന്നത്.

മഴ മഴ കുട കുട

മഴ മഴ കുട കുട

സെന്റ് ജോർജ് കുടകൾ

സെന്റ് ജോർജ് കുടകൾ

വേനലവധി കഴിഞ്ഞ് സ്കൂൾ തുറക്കാറായി എന്ന് ആ പരസ്യം എന്നെ ഓർമ്മിപ്പിച്ചു. മഴയത്ത് പുത്തനുടുപ്പും ബാഗും പുസ്തകങ്ങളുമായി കുട ചൂടി നടന്ന് സ്കൂളിലേക്ക് പോകുന്ന ദിവസങ്ങൾ മനസ്സിലേക്കപ്പോൾ ഓടി വന്നു.

ആദ്യമായി കേട്ട കുടയുടെ ബ്രാൻഡ് നെയിമാണ് സെന്റ് ജോർജ്. അതുകൊണ്ട് തന്നെ അതിന്റെ ചരിത്രവും പിന്നീട് മനസ്സിലാക്കിയിരുന്നു. 1940 കളിൽ ആലപ്പുഴയിൽ പ്രാദേശികമായി കുടകൾ നിർമ്മിച്ച് വിറ്റിരുന്ന തയ്യിൽ അബ്രാഹം വർഗ്ഗീസ് എന്ന 'കുടവാവച്ചൻ' 1954 ൽ കേരളത്തിലങ്ങോളമിങ്ങോളം തന്റെ കുട വിപണിയിലെത്തിച്ചത് 'സെന്റ് ജോർജ്' എന്ന പേരിലാണ്. പിതാവിന്റെ കച്ചവടം തുടർന്ന മകൻ, 'സെന്റ് ജോർജ് ബേബി'എന്നാണ് അറിയപ്പെട്ടത്.

1995 ൽ തയ്യിൽ അബ്രഹാം ആരംഭിച്ച സെന്റ് ജോർജ് കുട കമ്പനി രണ്ട് സ്ഥാപനങ്ങളായി. ഡേവിസ് തയ്യിൽ ആരംഭിച്ച പോപ്പി അംബ്രല്ലാ മാർട്ടും, ജോസഫ് തയ്യിൽ നേതൃത്വം നൽകിയ ജോൺസ് അംബ്രല്ലാ മാർട്ടും കുടവാവച്ചൻ തുടങ്ങിവെച്ച സംരംഭത്തിന്റെ കണ്ണികളാണെന്ന് പുതുതലമുറയിൽ പലർക്കും അറിവുണ്ടാകില്ല.

ടി.വി പരസ്യങ്ങൾ മലയാളികൾ ശ്രദ്ധിക്കാൻ തുടങ്ങിയ കാലത്തു തന്നെ പോപ്പിയും ജോൺസും മറക്കാനാകാത്ത ചില പരസ്യങ്ങൾ നമുക്ക് മുമ്പിൽ അവതരിപ്പിച്ചു. അന്ന് ടി.വിയിൽ വന്ന പോപ്പിയുടെയും ജോൺസിന്റെയും പരസ്യങ്ങളാണ് ഇന്നും മനസ്സിൽ മായാതെ നിൽക്കുന്ന പരസ്യക്കാഴ്ചകളിൽ ചിലത്.

'കോട്ടുണ്ട് കുടവേണ്ട പെമ്പിള്ളേരെ'എന്ന് പറഞ്ഞ് വില്ലൻ വേഷത്തിലെത്തുന്ന തടിയൻ കുട്ടിയെയും 'പോപ്പി കുടയില്ലേൽ മഴയെന്തിനാ പൊണ്ണച്ചാരേ' എന്ന് മറുപടി പറഞ്ഞ്, 'എന്റെ മഴക്കെന്റെ പോപ്പീ..എന്റെ മഴക്കെന്റെ പോപ്പീ...' എന്ന് പാടി മഴയത്തോടികളിക്കുന്ന പെൺകുട്ടികളും കാഴ്ചകളിലിന്നുമുണ്ട്. മഴ മഴ കുട കുട, മഴ വന്നാൽ പോപ്പികുട, 'കുഞ്ഞാഞ്ഞ വന്നാൽ ജോൺസ് കുട,' 'പോപ്പികുടകൊണ്ട് തല്ലിയാ മതിയെന്റെ സാറേ' തുടങ്ങിയ പരസ്യവാചകങ്ങളൊക്കെ നാവിൻ തുമ്പിൽ നിന്ന് ഇപ്പോഴും മാഞ്ഞുപോയിട്ടില്ല. കുടയുടെ നിറവും ഗുണവുമൊക്കെയായിരുന്നു പണ്ടത്തെ പരസ്യങ്ങളുടെ ഉള്ളടക്കം. അഭിനേതാക്കളിൽ ഭൂരിഭാഗവും ബാലതാരങ്ങൾ. നിറവൈവിധ്യങ്ങൾക്കപ്പുറം മറ്റൊന്നും അന്ന് നമ്മൾ പ്രതീക്ഷിച്ചിരുന്നില്ല.

പുതിയകാല പരസ്യങ്ങളിലൊന്ന് വരച്ച് കാണിക്കാം. മൂന്ന് മലയാളി യുവതികൾ ഒരു സെൽഫി എടുക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നു. പക്ഷേ അവർക്ക് ഉദ്ദേശിക്കുന്ന പശ്ചാത്തലം മുഴുവൻ കിട്ടുന്നില്ല. അപ്പോൾ അതുവഴി വന്ന ആൺകുട്ടിയോട് അവർ ഒരു സെൽഫി സ്റ്റിക്ക് ചോദിക്കുന്നു. സ്റ്റിക്കിന് പകരം ആ ആൺകുട്ടി അവർക്കൊരു കുടയാണ് നൽകുന്നത്. അടുത്തകാലത്തിറങ്ങിയ പോപ്പി വയോള സെൽഫിസ്റ്റിക്ക് കുടയുടെ പരസ്യമാണിത്.

എല്ലാ വർഷവും അതിശയിപ്പിക്കുന്ന പുതുമകൾ നിറച്ചാണ് കുടകൾ വിപണിയിലെത്തുന്നത്. പോപ്പിയും ജോൺസും കുടകളുടെ പുത്തൻ മോഡലുകൾ മഴക്കാലങ്ങളിൽ മത്സരിച്ചിറക്കുന്നു. ഉപരിതലം സ്പർശിച്ചാൽ നിറം മാറുന്ന മായാവി കുടയുമായി പോപ്പി വന്നതിനു തൊട്ടുപിന്നാലെ ജോൺസ് ബബ്ൾ ബ്രേക്കർ കുടയുമായെത്തി. കുട്ടികളെ കയ്യിലെടുക്കാൻ കുടയിൽ കൗതുകം നിറക്കുമ്പോൾ, മുതിർന്നവരെ അതിശയിപ്പിക്കാൻ സാങ്കേതികമികവുള്ള ഡിസൈനുകളാണ് അവതരിപ്പിക്കുന്നത്. ബ്ലൂ ടൂത്ത്, സെൽഫി സ്ററിക്ക്, ഈർപ്പം നിൽക്കാത്ത തുരുമ്പ് തടയുന്ന പ്ലേറ്റിങ്ങ്, ഹൈകാർബൺ സ്റ്റീൽ ടെക്നോളജി, ക്രോം കോൾഡ് പ്ലേറ്റിങ്ങ്, ജിഎസ്പി തുടങ്ങി സാങ്കേതിക മികവോടെ പോപ്പിയും ജോൺസുമിറക്കുന്ന കുടകളാണ് വിപണിയുടെ 80 ശതമാനവും ഇന്നും കൈയാളുന്നത്.

പരസ്യങ്ങളിൽ വന്ന വ്യത്യാസം പോലെതന്നെ കുടയുടെ ഉപയോഗത്തിലും വലിയ വ്യത്യാസം ഉണ്ടായിട്ടുണ്ട്. ഗതാഗതസൗകര്യങ്ങളൊന്നും കാര്യമായി പുരോഗമിക്കാതിരുന്ന ഒരു കാലത്ത് വലിയ മഴയിലും കാറ്റത്തും കിലോമീറ്ററുകളോളം ഒരു കുടക്കീഴിൽ നടന്നു പോയിരുന്ന കാലമുണ്ടായിരുന്നു. മഴയിലൂടെ കുട നിവർത്തി കൂട്ടുകാരിയേയും ചേർത്ത്പിടിച്ച് നടന്നുപോയിരുന്ന കുട്ടിക്കാലം ഒരുപാട് പിന്നിലായിപ്പോയതുപോലെ തോന്നുന്നു. സ്കൂളിലേക്കും തിരിച്ചും ദിവസവും മഴയത്തും വെയിലത്തും കുടചൂടി പോകുന്ന വിദ്യാർത്ഥികൾ, ജോലിക്കാർ തുടങ്ങിയവരുടെയൊക്കെ സന്തതസഹചാരിയായിരുന്ന കുട ഇപ്പോൾ ഒരു അത്യാവശ്യവസ്തുവിനേക്കാൾ ഉപരി ഒരു അലങ്കാരവസ്തുവായി ചുരുക്കപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. കാറിൽ നിന്നിറങ്ങി ഓഫീസിലേക്ക് ക്രോസ് ചെയ്യുന്ന ചെറിയ ദൂരം അല്ലെങ്കിൽ ബസ്സിറങ്ങി ക്ലാസ്സ് റൂം വരെ നടക്കുന്ന സമയം അത്രമാത്രമേ ഭൂരിഭാഗത്തിനും കുട ഉപയോഗിക്കേണ്ടി വരാറുള്ളു. അതുകൊണ്ട് തന്നെ കുടയുടെ ബലത്തേക്കാൾ മറ്റ് സൗകര്യങ്ങൾ ഒരുക്കാനാണ് കമ്പനികളും ഇന്ന് മത്സരിക്കുന്നത്.

കുടയില്ലാതെ വാഴയിലകൊണ്ട് ശിരസ് മറച്ച് സ്കൂളിലേക്ക് ഓടിപ്പോയിരുന്ന മഴനനയാതെ പുസ്തകം മാറോട് ചേർത്ത് പിടിച്ചിരുന്ന ഒരു തലമുറ ഇവിടെയുണ്ടായിരുന്നു എന്ന് വരും തലമുറകൾ വിശ്വസിക്കുമോ?. കാലം എത്ര മാറിയാലും, കുടയുടെ ഉപയോഗം കുറഞ്ഞാലും നമ്മുടെയൊക്കെ മനസ്സിൽ കുടയോട് എന്നും ഒരു സ്നേഹം ബാക്കി നിൽപ്പുണ്ട്. കുട്ടിക്കാലം മുതലേ കൗതുകമായും സുരക്ഷ നൽകിയും കൂട്ടുവന്ന കുട...പിന്നീടങ്ങോട്ട് കുട കൂടെ ഇല്ലാത്ത ഒരു മഴക്കാലവുമുണ്ടായിട്ടില്ല. എന്നും കുട കൂട്ടിനുണ്ട്. ●



ബോബ്ന ആന്റോ

Classroom



അഡ്വർട്ടൈസിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന നവാഗതർക്കും വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്ന ഒരു പംക്തി. ഓരോ ലക്കവും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നവർക്ക് ഭാവിയിൽ ടെക്സ്റ്റ്ബുക്കായി ഉപകരിക്കും.

ഡിജിറ്റൽ മീശമാധവൻ

കുറഞ്ഞൊരു കാലംകൊണ്ട് കേരളത്തിൽ വ്യാപകമായിത്തീർന്ന ഹോർഡിംഗുകൾ ഒഗ്ൾവിയുടെ പ്രവചനത്തെ തോൽപ്പിച്ചുകൊണ്ട് അനുദിനം പ്രചുരപ്രചാരമാർജിക്കുന്നതാണ് നാം കാണുന്നത്. പരസ്യരംഗത്തെ കുലപതിയായ ഒഗ്ൾവിയുടെ ഈ പ്രവചനം തെറ്റുമ്പോൾ, കേരളത്തിലെ പരസ്യ വ്യവസായം എന്തെങ്കിലും നേടുന്നുണ്ടോ?

ഒഗ്ൾവി ഓൺ അഡ്വർടൈസിംഗ് എന്ന ഗ്രന്ഥത്തിൽ വിഖ്യാത പരസ്യകലാകാരനായ ഡേവിഡ് ഒഗിൾവി, ഈ നൂറ്റാണ്ടിൽ പരസ്യരംഗത്ത് സംഭവിക്കാനിടയുള്ള പതിമൂന്ന് സുപ്രധാന മാറ്റങ്ങളെക്കുറിച്ച് പ്രവചിക്കുന്നുണ്ട്. അതിൽ നാലാമത്തേത് Billboards will be abolished എന്നതാണ്. ഹൈവേകളുടെ ഇരുവശങ്ങളിലും കെട്ടിടങ്ങളുടെ മുകളിലും സ്ഥാപിച്ചിട്ടുള്ള കൂറ്റൻ പരസ്യപ്പലകകളാണ് ബിൽബോർഡുകൾ അഥവാ ഹോർഡിംഗുകൾ എന്നറിയപ്പെടുന്ന പരസ്യമാധ്യമം. ഇവയുടെ ഉപയോഗം ഇല്ലാതാകും എന്നാണ് ഒഗ്ൾവി പ്രവചിച്ചത്.

കുറഞ്ഞൊരു കാലംകൊണ്ട് കേരളത്തിൽ വ്യാപകമായിത്തീർന്ന ഹോർഡിംഗുകൾ ഒഗ്ൾവിയുടെ പ്രവചനത്തെ തോൽപ്പിച്ചുകൊണ്ട് അനുദിനം പ്രചുരപ്രചാരമാർജിക്കുന്നതാണ് നാം കാണുന്നത്. പരസ്യരംഗത്തെ കുലപതിയായ ഒഗ്ൾവിയുടെ ഈ പ്രവചനം തെറ്റുമ്പോൾ, കേരളത്തിലെ പരസ്യ വ്യവസായം എന്തെങ്കിലും നേടുന്നുണ്ടോ?

അമേരിക്കൻ പ്രസിഡന്റ് ആയിരുന്ന ഐസനോവർ ഒരിക്കൽ ഇങ്ങനെ പറഞ്ഞു നമ്മുടെ പ്രകൃതിഭംഗികൾ മറയ്ക്കുന്ന ബിൽബോർഡുകൾക്ക് എതിരാണ് ഞാൻ. ഇക്കാര്യത്തിൽ എനിക്കെന്ത് ചെയ്യാൻ കഴിയുമെന്ന് അറിയില്ല. അമേരിക്കയിൽ ഭരണരംഗത്ത് ഒട്ടനവധി പേർ പിന്നീട് ഈ ആശയഗതിക്കാരായി ഉണ്ടായി. ഹൈവേ ബ്യൂട്ടിഫിക്കേഷൻ ആക്ട് എന്നിങ്ങനെ പല നിയമനിർമ്മാണങ്ങളും ബിൽബോർഡുകളുടെ അനിയന്ത്രിത ഉപയോഗം തടയുവാനായി അമേരിക്കയിൽ ഉണ്ടായി.

പ്രകൃതിയുടെ സ്വാഭാവികമായ സൗന്ദര്യത്തെ മറയ്ക്കുന്നു, ഹൈവേകളിൽ അപകടത്തിന് കാരണമായി തീരുന്നു, കൂടിയ മുടക്കുമുതലിന് അനുസരിച്ചുള്ള പ്രയോജനം പരസ്യകർത്താവിന് ലഭിക്കുന്നില്ല – ഇവയാണ് പ്രധാനമായും ഒഗ്ൾവിയെ ബിൽബോർഡുകൾക്കെതിരാക്കിയത്. ബിൽബോർഡുകൾ കാലഹരണപ്പെടും എന്ന് പ്രവചിക്കാൻ ഇടയാക്കിയതും.

ചെലവേറിയ ഒരു പരസ്യമാധ്യമമാണ് ഹോർഡിംഗുകൾ. വഴിയാത്രക്കാരുടെയെല്ലാം ശ്രദ്ധ ആകർഷിക്കുന്ന ഒരിടത്ത്, പ്രയോജനകരമായ രീതിയിൽ ഒരു ഹോർഡിംഗ് സ്ഥാപിക്കുവാൻ ഇന്ന് വളരെയധികം പണച്ചെലവുണ്ട്. ഡിജിറ്റൽ സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ കടന്നുവരവോടെ ഇവ തയാറാക്കുവാനും ക്രമീകരിക്കാവാനുമൊക്കെയുള്ള ജോലികൾ എളുപ്പമായെങ്കിലും പണച്ചെലവ് വർദ്ധിക്കുകയാണ് ചെയ്തത്. ഇത്രയും പണം ചെലവഴിക്കുന്നതിനുള്ള യഥാർത്ഥമൂല്യം പരസ്യകർത്താവിന് ലഭിക്കുന്നുണ്ടോ എന്ന് ശാസ്ത്രീയമായി തിട്ടപ്പെടുത്തുന്ന രീതിയൊന്നും കേരളത്തിൽ നടപ്പിലായിട്ടില്ല.

കേരളത്തിലെ പരസ്യ ഏജൻസികൾ ഒന്നും തന്നെ ഈ രംഗത്ത് പ്രവർത്തിക്കുന്നില്ല. പരസ്യപ്പലകകൾ തയ്യാറാക്കി പരസ്യം ചെയ്യുന്നത് ആ രംഗത്ത് പ്രവർത്തിക്കുന്ന പ്രത്യേകം ഏജൻസികളാണ്. പ്രൊഫഷണലായ ഒരു പ്രവർത്തനശൈലി ഇവയ്ക്ക് അവകാശപ്പെടാനാവുമോ എന്ന് സംശയമാണ്.

പാശ്ചാത്യ രാജ്യങ്ങളിലാവട്ടെ ഒരു നിശ്ചിത സമയത്തിനുള്ളിൽ, എത്ര ആളുകൾ, എത്ര പ്രാവശ്യം നിങ്ങളുടെ പരസ്യപ്പലക ഉറപ്പായും കണ്ടിരിക്കും എന്നതിനെ അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തിയാണ് അതിന്റെ നിരക്ക് നിശ്ചയിക്കുന്നതുതന്നെ. അങ്ങനെയൊരു ശാസ്ത്രീയ സമീപനം സ്വീകരിക്കുന്നതുകൊണ്ട് പ്രയോജനം ലഭിക്കുക പരസ്യകർത്താക്കൾക്ക് തന്നെയാണ്.

എവിടെ നിന്ന് നോക്കിയാലും ആർക്കും കാണുവാൻ കഴിയാത്തവിധം വച്ചിരിക്കുന്ന ചില പരസ്യപ്പലകകൾ കാണുമ്പോൾ, പരസ്യത്തിനായി മുടക്കുന്ന പണം പാഴായി പോവുന്നതോർത്ത് ദു:ഖം തോന്നാറുണ്ട്. ഏജൻസിയുടെ ഈ വാക്കുകൾ വിശ്വസിച്ച് മാത്രം പണം മുടക്കുവാനേ ഇന്ന് കേരളത്തിൽ കഴിയൂ. ഈ

ദു:സ്ഥിതിക്ക് മാറ്റം വരുത്തുവാൻ ഏജൻസികളെ നിർബന്ധിക്കേണ്ടത് പരസ്യത്തിനായി പണം മുടക്കുന്നവർ തന്നെയാണ്.

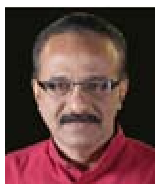
തകരത്തിൽ കൈകൊണ്ട് പെയിന്റ് ചെയ്ത് തയ്യാറാക്കിയിരുന്നവയാണ് കേരളത്തിലെ ആദ്യകാല ഹോർഡിംഗുകൾ. ചിത്രം വരച്ചു പഠിക്കുന്ന കലാകാരന്മാരാണ് ഇവയിലധികവും തയ്യാറാക്കുന്നതും. നിറങ്ങൾക്ക് പ്രാമുഖ്യം നൽകി തയ്യാറാക്കിയിരുന്ന ശീമാട്ടിയുടെ ആദ്യകാല പരസ്യപ്പലകകൾ ഇപ്പോഴും ഓർമ്മയിൽ തങ്ങി നിൽക്കുന്നുണ്ട്.

വലിപ്പവും ഭാരവും കൂടിയ ഇത്തരം പരസ്യപ്പലകകൾ സംരക്ഷിച്ചു നിർത്തുക ദുഷ്ക്കരമായിരുന്നു. ഇവ തകർന്നുവീണ് അപകടങ്ങൾ സംഭവിച്ചതോടെ ഇവയ്ക്ക് പ്രത്യേകം ലൈസൻസുകൾ ആവശ്യമായി വന്നു. ഈ പരസ്യപ്പലകകൾക്കുണ്ടായിരുന്ന കലാപരമായ ഒരു ന്യൂനത, വരയ്ക്കുന്ന വ്യക്തികളെ ആശ്രയിച്ച് ഇവയുടെ ഗുണനിലവാരം വ്യത്യസ്തമായിരിക്കും എന്നതാണ്.

ഡിജിറ്റൽ സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ മുന്നേറ്റത്തോടുകൂടിയാണ് കേരളത്തിൽ ഹോർഡിംഗുകളുടെ വസന്തകാലം തുടങ്ങിയിരിക്കുന്നത്. ചിത്രങ്ങൾക്കും നിറങ്ങൾക്കും കൂടുതൽ മിഴിവ് കിട്ടുന്ന ഇത്തരം ഹോർഡിംഗുകൾ രാത്രികാലങ്ങളിൽ പ്രത്യേകം സജ്ജീകരിച്ചിരിക്കുന്ന വെളിച്ച ക്രമീകരണങ്ങളിലൂടെ കൂടുതൽ ആകർഷകമായി തീരുന്നു. കേരളം ഒട്ടാകെ ഇന്ന് ഇത്തരത്തിലുള്ള ധാരാളം ഹോർഡിംഗുകൾ സ്ഥാനം പിടിച്ചിട്ടുള്ളതായി കാണാം.

മലയാള സിനിമയിലെ പ്രതിസന്ധിക്ക് പലരും പല പരിഹാരങ്ങളും പറഞ്ഞു കഴിഞ്ഞു. തങ്ങളുടെ ഉത്പന്നത്തെ ശരിയാംവണ്ണം പ്രേക്ഷകരിലെത്തിക്കുവാൻ ആവശ്യമായ വിപണനതന്ത്രങ്ങൾ സ്വീകരിക്കേണ്ടത് പരമപ്രധാനമെന്ന് തിരിച്ചറിയുന്നവർ വല്ലപ്പോഴും മലയാള സിനിമയിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടാറുണ്ട്. ഏതാനും വർഷം മുൻപിറങ്ങിയ മീശമാധവൻ എന്ന ചിത്രത്തിന്റെ പിന്നണി പ്രവർത്തകരെ പോലെ.

ഡിജിറ്റൽ സങ്കേതത്തിൽ തയ്യാറാക്കിയ മീശമാധവന്റെ ഹോർഡിംഗുകൾ ആ ചിത്രത്തിന്റെ ഇമേജ് വർദ്ധിപ്പിക്കുവാൻ സഹായിച്ചിട്ടുണ്ടാവണം. ചിത്രത്തിന്റെ പരസ്യത്തിനായി ചെലവേറിയ ഇത്തരം ഹോർഡിംഗുകൾ സ്ഥാപിക്കുവാൻ എടുത്ത ധീരമായ തീരുമാനത്തെ അഭിനന്ദിക്കേണ്ടതു തന്നെ. വലിപ്പമേറിയ ഇത്തരം ഹോർഡിംഗുകൾക്ക് ഉചിതമായ ചിത്രങ്ങളും നിറങ്ങളും തെരഞ്ഞെടുത്താൽ മാത്രമേ പ്രേക്ഷകരിലേക്ക് ഫലപ്രദമായി അവയിലെ പരസ്യ സന്ദേശം എത്തിച്ചേരൂ. ●



പ്രൊഫ. ജോസി ജോസഫ്
മീഡിയ സയൻസിൽ അക്കാദമിക് വിദഗ്ധൻ

ഭക്ഷ്യ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് കളർ കോഡ്

ഭക്ഷ്യ ഉല്പന്നങ്ങൾക്ക് കളർ കോഡ് ഏർപ്പെടുത്താൻ ഭക്ഷ്യ സുരക്ഷാ അതോറിറ്റി (FSSAI) ആലോചിക്കുന്നു. ഉല്പന്നങ്ങളിൽ അടങ്ങിയിരിക്കുന്ന ഉപ്പ്, പഞ്ചസാര, കൊഴുപ്പ് എന്നിവയുടെ അളവിനനുസരിച്ച് പാക്കേജിൽ പല കളർ കോഡുകൾ നൽകണമെന്നാണ് FSSAI യുടെ കരട് നയത്തിൽ പറഞ്ഞിരിക്കുന്നത്.

ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അനാരോഗ്യകരമായ ഉല്പന്നങ്ങൾ തിരിച്ചറിയാൻ ലേബലിംഗ് സംവിധാനം സഹായിക്കുമെന്ന് സെന്റർ ഫോർ സയൻസ് ആൻഡ് എൻവയോൺമെന്റ് (CSE)പറയുന്നു. എന്നാൽ കരട് നയത്തിലെ വ്യവസ്ഥകൾക്കെതിരെ എഫ്എംസിജി കമ്പനികൾ രംഗത്തെത്തിയിട്ടുണ്ട്.

ഉല്പന്നത്തിൽ നിർദിഷ്ട പരിധിക്കപ്പുറം ഉപ്പ്, പഞ്ചസാര, കൊഴുപ്പ് എന്നിവ അടങ്ങിയിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ അവ ചുവന്ന നിറത്തിൽ ലേബൽ ചെയ്യണമെന്നാണ് ഭക്ഷ്യ സുരക്ഷാ അതോറിറ്റി നിർദേശിക്കുന്നത്. ഇങ്ങനെ നോക്കിയാൽ 70% ഉല്പന്നങ്ങളും റെഡ് ലേബൽ ചെയ്യേണ്ടതായി വരുമെന്നാണ് ഇൻഡസ്ട്രിയിലുള്ളവർ ചൂണ്ടിക്കാട്ടുന്നത്. ഇതിൽ ഭൂരിഭാഗവും സ്വീറ്റ്സ്, സ്നാക്സ് വിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ട ഉല്പന്നങ്ങളായിരിക്കും.

ഭക്ഷ്യവസ്തുക്കളിൽ അടങ്ങിയിരിക്കുന്ന ഉപ്പ്, പഞ്ചസാര, സാച്യുറേറ്റഡ് ഫാറ്റ്, ട്രാൻസ്ഫാറ്റ്, കൊളസ്ട്രോൾ എന്നിവയുടെ അളവ് കൃത്യമായി ലേബലിൽ അടയാളപ്പെടുത്തിയിരിക്കണമെന്നതാണ് മറ്റൊരു നിർദേശം. ഇത് പാക്കേജിന്റെ മുൻവശത്ത് പ്രിന്റ് ചെയ്യുകയും വേണം. മാത്രമല്ല, ഒരു ഉൽപന്നത്തിന്റെ RDA (recommended dietary allowance) എത്രയെന്നതും പാക്കേജിങ്ങിൽ അടയാളപ്പെടുത്തണം.

ഉപ്പ്, പഞ്ചസാര, കൊഴുപ്പ് എന്നിവയുടെ അളവിനനുസരിച്ചുള്ള ലേബലിംഗ് വളരെ അശാസ്ത്രീയമാണെന്നും ഓരോ പ്രായത്തിലുള്ളവർക്കും കഴിക്കാവുന്ന ഉപ്പിന്റെയും പഞ്ചസാരയുടെയും അളവ് വ്യത്യസ്തമാണെന്നും ഓൾ ഇന്ത്യ ഫുഡ് പ്രോസസേഴ്സ് അസോസിയേഷൻ പ്രസിഡന്റ് സുബോധ് ജിൻഡാൽ പറയുന്നു. തങ്ങൾ വാങ്ങുന്ന ഉത്പന്നത്തിൽ എന്തെല്ലാം അടങ്ങിയിട്ടുണ്ടെന്നറിയാൻ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അവകാശമുണ്ടെന്നാണ് ഭക്ഷ്യ അതോറിറ്റിയുടെ പക്ഷം.

ആയുർവേദ പരസ്യത്തിനും അനുമതി വേണം

വ്യാജപരസ്യങ്ങൾ നൽകി കോടികൾ സമ്പാദിക്കുന്ന ആയുർവേദ, സിദ്ധ മരുന്നു കമ്പനികൾക്ക് കടിഞ്ഞാൺ വീഴുന്നു. ഡ്രഗ്സ് കൺട്രോളറുടെ അനുമതിയില്ലാതെ ഇനിമുതൽ അത്തരം പരസ്യങ്ങൾ നൽകാനാകില്ല. പരസ്യങ്ങൾ വിവിധ മാധ്യമങ്ങൾക്ക് നൽകുന്നതിനു മുമ്പ് അവയുടെ വിശദവിവരങ്ങൾ ഡ്രഗ്സ് കൺട്രോളർക്കു നൽകണം. വിവിധ ഘട്ടങ്ങളായുള്ള പരിശോധനകൾക്കു ശേഷം അനുമതി വാങ്ങി മാത്രമേ പരസ്യം പ്രസിദ്ധപ്പെടുത്താനാകൂ. അല്ലാത്തവയ്ക്കെതിരെ കർശന നടപടിയും വൻതുക പിഴയും ഈടാക്കാനാണു തീരുമാനം. കേന്ദ്ര സർക്കാർ ഭേദഗതി ചെയ്ത ഡ്രഗ്സ് ആൻഡ് മാജിക് റെമഡീസ് നിയമത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് സംസ്ഥാനത്തും നിയന്ത്രണം കർശനമാക്കുന്നത്.

തുക കൈമാറ്റത്തിന് ഇനി ആധാറും

ഉയർന്ന തുക കൈമാറ്റം ചെയ്യുമ്പോൾ ഇനി ആധാർ നമ്പർ തെറ്റിക്കുന്നവർക്ക് ശിക്ഷ കിട്ടും. ഓരോ തവണ ആധാർ നമ്പർ തെറ്റിക്കുമ്പോഴും കനത്ത പിഴ ഈടാക്കാനാണ് കേന്ദ്രം തീരുമാനിച്ചിരിക്കുന്നത്. ഒറ്റ തവണ ആധാർ നമ്പർ തെറ്റിച്ചാൽ 10,000 രൂപ പിഴ ഈടാക്കും.

ഓരോ തവണയും തെറ്റു വരുത്തിയാൽ 10,000 രൂപ വീതം തന്നെ പിഴ അടയ്ക്കേ‌ി വരുമെന്നതാണ് സത്യം. സെപ്റ്റംബർ ഒന്ന് മുതൽ തീരുമാനം നടപ്പിലാക്കുമെന്നാണ് വിവരം. ഇതിനാവശ്യമായ നിയമ ഭേദഗതികൾ കേന്ദ്ര സർക്കാർ കൊണ്ടുവരാനൊരുങ്ങുകയാണെന്നാണ് റിപ്പോർട്ട്.

ഉയർന്ന തുകയുടെ കൈമാറ്റത്തിന് പാൻ നിർബന്ധമായിരുന്നു. എന്നാൽ പാൻ കാർഡ് ഇല്ലാത്തവർക്ക് പകരം ആധാർ നമ്പർ ഉപയോഗിക്കാമെന്ന് കേന്ദ്ര ബജറ്റിൽ പ്രഖ്യാപനമുണ്ടായിരുന്നു. മാത്രമല്ല ആധാറും പെർമനന്റ് അകൗണ്ട് നമ്പറും (പാൻ) ബന്ധിപ്പിച്ചവർക്ക് വേണമെങ്കിൽ പാൻനു പകരം ആധാർ നമ്പർ ഉപയോഗിക്കാമെന്നും പ്രഖ്യാപനമുണ്ടായിരുന്നു. എന്നാൽ ആധാർ നമ്പർ തെറ്റായി നൽകിയാൽ മറ്റു പൗരന്മാർക്കും പ്രശ്നമാകാൻ ഇടയുള്ളതിനാലാണ് പുതിയ ഭേദഗതി.

2021 ഓടെ ഡിജിറ്റൽ മീഡിയ 5.1 ബില്യൺ ഡോളറിലെത്തും

ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോക്താക്കളുടെ എണ്ണം വർദ്ധിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുമ്പോൾ, രാജ്യത്ത് ഡിജിറ്റൽ മാധ്യമങ്ങൾ 2019 ൽ ചലച്ചിത്ര വിനോദത്തെ മറികടന്ന് 2021 ൽ 5.1 ബില്യൺ യുഎസ് ഡോളറിലെത്തുമെന്ന് ഫിക്കി-ഇവൈ റിപ്പോർട്ട് പറയുന്നു.

ഫിലിം സെഗ്മെന്റിന്റെ മൂല്യം 2018 ൽ 2.5 ബില്യൺ യുഎസ് ഡോളറും 2019 ൽ 2.8 ബില്യൺ യുഎസ് ഡോളറുമാണെന്ന് കണക്കാക്കപ്പെടുന്നു, അതേസമയം പ്രിന്റ് 2018 ൽ 4.4 ബില്യൺ യുഎസ് ഡോളറായി കണക്കാക്കുകയും 2021 ൽ 4.8 ബില്യൺ യുഎസ് ഡോളറിലെത്തുകയും ചെയ്യും. ഡിജിറ്റൽ മീഡിയ 2018 ൽ 42 ശതമാനം വർദ്ധിച്ചു. 2019 ൽ ഡിജിറ്റൽ മീഡിയ 3.2 ബില്യൺ യുഎസ് ഡോളറായിരിക്കുമെന്ന് പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു.

570 ദശലക്ഷം ഇന്റർനെറ്റ് സബ്സ്ക്രൈബർമാരുള്ള ചൈനയ്ക്ക് ശേഷം ലോകത്തെ ഏറ്റവും ഉയർന്ന രണ്ടാമത്തെ ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോക്താക്കളാണ് ഇന്ത്യയിലുള്ളത്, പ്രതിവർഷം 13 ശതമാനം നിരക്കിൽ. 2021 ആകുമ്പോഴേക്കും പരസ്യ മോഡൽ 4.3 ബില്യൺ യുഎസ് ഡോളറായും സബ്സ്ക്രിപ്ഷൻ മോഡൽ 0.8 ബില്യൺ യുഎസ് ഡോളറായും കണക്കാക്കുന്നു. അടുത്ത അഞ്ച് വർഷത്തിനുള്ളിൽ 3 മുതൽ 3.5 മടങ്ങ് വരെ വളരുന്നത് വലിയൊരു ഇൻവെന്ററി വളർച്ചയ്ക്ക് കാരണമാകുമെങ്കിലും പരസ്യ വരുമാനം 2 മടങ്ങ് മാത്രമേ വളരുകയുള്ളൂ.

ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും ബ്രാൻഡ് മൂല്യമുള്ള കമ്പനി ടാറ്റ

ഇന്ത്യയിൽ ഏറ്റവും ബ്രാൻഡ് മൂല്യമുള്ള കമ്പനിയായി ടാറ്റ വരുന്നത് ആദ്യമായല്ല. പല തവണ മികച്ച ബ്രാൻഡ് ലിസ്റ്റിൽ ഇടം നേടാൻ കഴിഞ്ഞ കമ്പനി വ്യത്യസ്തമാകുന്നത് ഉപ്പ് തൊട്ട് സോഫ്റ്റ് വെയർ സർവീസ് വരെയുള്ള കമ്പനി ഏറ്റവും മികച്ച 100 ബ്രാൻഡുകളിലേക്ക് ഉയർന്നത് കൊണ്ട് തന്നെയാണെന്നാണ് 2019 ലെ യുകെയിലെ ബ്രാൻഡ് ബേസ്ഡ് ഫിനാൻസ് അനാലിസിസിൽ ചൂണ്ടിക്കാട്ടുന്നു.

2019 ൽ ടോപ് 25 കമ്പനികളിൽ 19.55 ബില്യൺ ഡോളർ ബ്രാൻഡ് മൂല്യവർധനവാണ് ടാറ്റ കൈവരിച്ചിരിക്കുന്നത്. കഴിഞ്ഞ വർഷം 14.23 ബില്യൺ ഡോളർ ബ്രാൻഡ് മൂല്യമാണ് കമ്പനി നേടിയത്. മുമ്പത്തെക്കാൾ ഒമ്പത് ശതമാനം വളർച്ചയായിരുന്നു ഇത്. ബ്രാൻഡ് മൂല്യത്തിൽ മുന്നിലുള്ള 100 കമ്പനികളിലും ടാറ്റയ്ക്ക് സ്ഥാനമുണ്ട്. 2018 ലെ പട്ടികയിൽ 104 ാം സ്ഥാനത്തായിരുന്ന ടാറ്റ ഗ്രൂപ്പ് ഈ വർഷം 86 ാം സ്ഥാനത്താണ് ഇടം പിടിച്ചിരിക്കുന്നത്. ആദ്യ നൂറിൽ ഇടം നേടിയ ഏക ഇന്ത്യൻ കമ്പനിയാണ് ടാറ്റ.

ഇൻഷുറൻസ് ഭീമനായ എൽഐസിയാണ് 2019 ലെ ടോപ് ബ്രാൻഡ് ലിസ്റ്റിങ്ങിൽ ഇടം നേടിയ രണ്ടാമത്തെ കമ്പനി. 7.32 ഡോളർ വളർച്ചയുമായാണ് കമ്പനി മികച്ച ബ്രാൻഡിലെ രാണ്ടം സ്ഥാനത്തെത്തിയത്. 23 ശതമാനമാണ് കഴിഞ്ഞ വർഷം രേഖപ്പെടുത്തിയ വളർച്ച. 6.5 ബില്യൺ ഡോളറുമായി ഇൻഫോസിസും തൊട്ടു പിന്നാലെയുണ്ട്. 7.7 ശതമാനം വളർച്ചാ നിരക്കാണ് ഇൻഫോസിസിന്റേതായി രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത്.

എസ്ബിഐ, മഹീന്ദ്ര, എച്ച്ഡിഎഫ്സി, എയർടെൽ, എച്ച്സിഎൽ, റിലയൻസ് ഇൻഡസ്ട്രീസ്, വിപ്രോ എന്നിവയാണ് ആദ്യ പത്തിൽ സ്ഥാനം പിടിച്ച മറ്റു ബ്രാൻഡുകൾ.

വാട്സാപ്പിൽ പരിഷ്കാരങ്ങൾ

ശബ്ദസന്ദേശം അയക്കുംമുമ്പ് പ്രിവ്യൂ ചെയ്യാനുള്ള അവസരമൊരുക്കി വാട്സാപ്. ആപ്പിൾ ഐ ഫോൺ ഉപയോക്താക്കൾക്കാണ് പുതിയ സൗകര്യം ആദ്യം ലഭ്യമാകുക. ചിത്രങ്ങളും വീഡിയോകളും അയക്കുംമുമ്പ് കാണാനുള്ള അവസരം നേരത്തെ തന്നെ ഉണ്ടായിരുന്നു. ഇതോടൊപ്പമാണ് ശബ്ദസന്ദേശങ്ങളുടെ കാര്യത്തിലും പുതിയ സംവിധാനം വന്നത്. ഐഒഎസ് ആപ്പുകളിലാണ് പുതിയ മാറ്റം.

റ്റി ഐ ടെക്നോളജിസിനെ ആർ സി ജി ഗ്ലോബൽ ഏറ്റെടുത്തു

ഇൻഫോപാർക് ആസ്ഥാനമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന ടെക് ഇന്നവേഷൻ ടെക്നോളജിസിനെ (റ്റി ഐ ടെക്നോളജിസ്) അമേരിക്കയിലെ ന്യൂ ജേഴ്സി ആസ്ഥാനമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന ആർ സി ജി ഗ്ലോബൽ സർവീസസ് ഏറ്റെടുത്തു. ഇതൊടാനുബന്ധിച്ചു നടന്ന ചടങ്ങിൽ സംസ്ഥാന ഐ റ്റി പാർക്കുകളുടെ സി ഇ ഒ ഋഷികേശ് നായർ, ആർ സി ജി ഗ്ലോബൽ പ്രസിഡന്റും സി ഇ ഒ യുമായ റോബ് സിംപ്ലോട്ട്, റ്റി ഐ ടെക്നോളജിസ് സി ഇ ഒ ദീപു സക്കറിയ, ഇൻഫോപാർക് മാർക്കറ്റിംഗ് വിഭാഗം മേധാവികളായ ശ്രീജിത്, അരുൺ രാജീവൻ പങ്കെടുത്തു. മൊബൈൽ, വെബ്, ക്ലൗഡ് പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾക്കു ഡിജിറ്റൽ സൊല്യൂഷൻ പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന ആർ സി ജി ഗ്ലോബലിന്, ആഗോള തലത്തിൽ ഫോർച്യൂൺ 500 കമ്പനികൾ ഉൾപ്പടെ നിരവധി ക്ലയന്റുകൾ ഉണ്ട്. 2012ൽ ഇൻഫോപാർക്കിൽ ആരംഭിച്ച റ്റി ഐ ടെക്നോളജിസിന് യൂ എസ്, യു.കെ തുടങ്ങിയ സ്ഥലങ്ങളിലാണ് ഉപഭോക്താക്കൾ ഉള്ളത്.

ഈ ഏറ്റെടുക്കലോടെ ഈ മേഖലയിൽ ഫിലിപ്പീൻസിന് പുറമെ ഇന്ത്യയും ആർ സി ജി ഗ്ലോബലിന്റെ പ്രധാന കേന്ദ്രമാകുമെന്നും ആർ സി ജി ഇന്ത്യ എന്നാകും ഇൻഫോപാർക്കിലെ ഓഫീസ് അറിയപ്പെടുകയെന്നും കമ്പനി സിഇഒ റോബ് സിംപ്ലോട്ട് അറിയിച്ചു.

ആധാറുമായി ബന്ധിപ്പിക്കാത്ത പാൻകാർഡുകൾ അസാധുവാകും

ആധാറുമായി ബന്ധിപ്പിച്ചിട്ടില്ലാത്ത പാൻകാർഡുകൾ ഓഗസ്റ്റ് 31 ന് അസാധുവാകും. അതിനുശേഷം ആധാറുമായി ബന്ധിപ്പിക്കാത്ത പാൻകാർഡുകൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള ഇടപാടുകൾക്ക് വിലക്ക് വീഴും. കേന്ദ്ര മന്ത്രാലയത്തിന്റെ തീരുമാനം അനുസരിച്ച് പാൻ കാർഡില്ലെങ്കിലും ആധാർ ഉപയോഗിച്ച് റിട്ടേൺ സമർപ്പിക്കാം. അതേ സമയം ആധാറില്ലാത്തവർക്ക് പാൻ മാത്രം ഉപയോഗിച്ചു കൊണ്ട് ട്രാൻസാക്ഷൻ സാധ്യമല്ല. ആകെ 40 കോടി പാൻകാർഡുകളിൽ 18 കോടി പാൻകാർഡുകൾ മാത്രമാണ് ആധാറുമായി ബന്ധിപ്പിച്ചിട്ടുള്ളത്. www.incometaxindiaefiling.gov.in വഴിയാണ് ആധാറും പാൻകാർഡും കൂടി ബന്ധിപ്പിക്കേണ്ടത്.

എന്റെ പ്രിയതമന്

ലാപ്ടോപ്പുംമൊബൈൽഫോണും ഇല്ലാതിരുന്ന ഒരുകാലഘട്ടത്തിലെ പ്രണയ ത്തെക്കുറിച്ച് പറയുന്ന ചിത്രമാണ് എന്റെ പ്രി യതമന്. പി.സേതുരാജൻ ആണ് ചിത്രത്തിന്റെ രചനയും സംവിധാനവും നിർവ്വഹിച്ചത്. ചിത്ര വർണ്ണന ഫിലിംസിന്റെ ബാനറിൽ ആർ.രഞ്ജി ആണ് ചിത്രം നിർമ്മിച്ചത്. സമ്പന്ന കുടുംബാം ഗവും കോളേജ് വിദ്യാർത്ഥിയുമായ റോയ്സും തോട്ടം തൊഴിലാളി കുടുംബത്തിൽ ജനിച്ച മിനി ക്കുട്ടിയും തമ്മിലുള്ള നിഷ്കളങ്ക പ്രണയത്തെ ക്കുറിച്ചുള്ളതാണ് ഈ ചിത്രം. മതസൗഹാർദ്ദ ത്തിന്റെ പ്രാധാന്യത്തെക്കുറിച്ചും മദ്യപാനം സുഹൃദ്ബന്ധത്തെയും കുടുംബബന്ധത്തെ യും പ്രതികൂലമായി ബാധിക്കുമെന്നും ചിത്രം ചൂണ്ടിക്കാട്ടുന്നു.

മിതുൻ മദനൻ, ഡാലികരൺ, മധുപാൽ, ഇന്ദ്രൻസ്, പി. ശ്രീകുമാർ, ശിവജിഗുരുവായൂർ, റിസബാവ, കൊച്ചുപ്രേമൻ, പ്രേംകുമാർ, സുധീഷ്, അനുപരലക്ഷ്മി, മനു, പ്രഭു മുര ളി, ടോണിജോർജ്ജ്, ജയശീലൻ സദാനന്ദൻ, ഗൗരികൃഷ്ണ, മൈഥിലികൃഷ്ണ, കെ.പി. എ.സി ലളിത, കൃഷ്ണ പ്രദീപ്, അംബിക മോഹൻ,ഉഷൈദ,കല,അഫ്സിന,നിഷ,ശ്രിയ, ഡോ.ബീന കാനഡ, ബേബി നയന എന്നിവ രാണ് പ്രധാന താരങ്ങൾ. പുതുമുഖം മിതുൻ മദനൻ ആണ് നായകൻ. പ്രധാനപ്പെട്ട ഒരു കഥാപാത്രത്തെ ഡാലികരൺ അവതരിപ്പിക്കു ന്നു. ഗൗരികൃഷ്ണ ആണ് നായിക. നായികാ പ്രാധാന്യമുള്ള മറ്റൊരു കഥാപാത്രമായി മൈഥിലികൃഷ്ണ എത്തുന്നു.



ഛായാഗ്രഹണം: രാജുവാര്യർ. ഗാനരചന: ഡോ.എം.ജി. സദാശിവൻ. സംഗീ തം, പശ്ചാത്തല സംഗീതം: ആൽബർട്ട് വിജയൻ. ഗായകർ: കെ.ജെ.യേശുദാസ്, എസ്. ജാനകി, കെ.എസ്.ചിത്ര. എഡിറ്റിംഗ്: കെ.ശ്രീനിവാസ്. കലാസംവിധാനം: മധു രാഘവൻ. കോസ്റ്റ്യൂംസ്: അനിൽ ചെമ്പൂർ. മേക്കപ്പ്: ബിനീഷ് ഭാസ്കർ. ത്രിൽസ്: റൺ രവി. കോറിയോഗ്രാഫി: അഖില മനു ജഗത്. പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ: എ.ഡി ശ്രീകുമാർ. പി.ആർ.ഒ: റഹിം പനവൂർ, എ.എസ്.ദിനേശ് സ്റ്റിൽസ്: മോഹൻ സുരഭി. ഡിസൈൻ: രമേഷ്എം. ചാനൽ. പ്രൊഡക്ഷൻ എക്സി ക്യൂട്ടീവ്: ജയശീലൻ സദാനന്ദൻ. പ്രൊഡക്ഷൻ മാനേജർ: ഷബീർ. സൗണ്ട് എഞ്ചിനീയർ: ഹരികുമാർ. ഡിഐ മഹാദേവൻ.എഫക്ട്സ്: രാജ്മാർത്താണ്ഡം.

കോട്ടയം സി.എം.എസ്. കോളേജ്, വാഗമൺ, ബോണക്കാട്, പൊന്മുടി, പാ ലരുവി എന്നിവിടങ്ങളിലും പരിസര പ്രദേശങ്ങളിലുമായിട്ടായിരുന്നു സിനിമയുടെ ചിത്രീകരണം. ചിത്രവർണ്ണന ഫിലിംസ് ചിത്രം തീയേറ്ററുകളിലെത്തിക്കും.

സൂ കാണാൻ പോകാം



കാർട്ടൻ റെയ്സർ അവതരിപ്പിക്കുന്ന ഹ്രസ്വചിത്ര മാണ് സൂ കാണാൻ പോകാം. സതീഷ് പി. കുറുപ്പ് ആണ് ആവിഷ്കാരവും സംവിധാനവും നിർവഹിച്ചി രിക്കുന്നത്. ആനുകാലിക സംഭവത്തെ പ്രമേയമാക്കി യുള്ളതാണ് ഈ ഹ്രസ്വചിത്രം. ആന്തൂർ ദുരന്തം പോ ലുള്ള സംഭവങ്ങളിലേക്ക് നയിക്കുന്ന സർക്കാർ ഓഫീ സുകളുടെ അവസ്ഥയാണ് ആക്ഷേപ ഹാസ്യരൂപത്തിൽ ഈ ഹ്രസ്വചിത്രത്തിൽ അവതരിപ്പിക്കുന്നത്. കർട്ടൻ റെ യ്സർ വിവിധ സ്ഥലങ്ങളിൽ രംഗാവിഷ്ക്കാരം നടത്തിയ നാടകത്തിന്റെ ദൃശ്യാവിഷ്കാരമാണിത്. രാജീവ് തുളസീധരൻ, രാജേഷ് പേരൂർക്കട, ശ്രീകുമാർ എസ്, അനൂപ് പുത്തൻപുരയ്ക്കൽ, തരുൺ തിലക്, വിജയൻ മുട്ടത്തറ, ബിനു ജെയിംസ് എന്നിവരാണ് അഭിനേ താക്കൾ. സതീഷ് പി.കുറുപ്പിന്റെ നേതൃത്വത്തിലുള്ള മൂവി ലവേഴ്സ് അസോസിയേഷനിലെ അംഗങ്ങളാണ് ഇവരെല്ലാവരും. ഛായാഗ്രഹണം: ജയരാജ് ഹരി. പശ്ചാത്തലസംഗീതം: എസ്.ആർ. സൂരജ്. കലാസംവിധാനം: അനൂപ് പുത്തൻ പുരയ്ക്കൽ. എഡിറ്റിംഗ്: ആനന്ദ് എസ്. ലിൻ., ഈ ഹ്രസ്വചിത്രം യൂട്യൂബിൽ കാണാൻ കഴിയും.

റഹിം പനവൂർ, പി.ആർ.ഒ. ഫോൺ: 9946584007

പ്രതിമകൾ



തിരുവനന്തപുരം നഗരത്തിലെ പ്രതിമകളെ അടയാളപ്പെടുത്തുന്ന പ്രതിമകൾ പ്രതിരൂപങ്ങൾ എന്ന ഡോക്യുമെന്ററി പൂർത്തിയാകുന്നു. പ്രശസ്ത നാടക പ്രവർത്തകനും സംവിധായകനുമായ അലക്സ് വള്ളികുന്നം തിരുവനന്തപുരം ഒരിടം ബാനറിൽ നിർമ്മിച്ച് സംവിധാനം ചെയ്യുന്ന ഡോക്യുമെന്ററി സാമൂഹ്യവും രാഷ്ട്രീയവും ചരിത്രപരവും സാംസ്കാരികവുമായ തിരുവനന്തപുരം നഗരമനസിന്റെ സമഗ്രമായ ചിത്രണവും ഇതിഹാസസമാനങ്ങളായ വ്യക്തിത്വങ്ങളിലൂടെയുള്ള സൂക്ഷ്മമായ സഞ്ചാരവുമാകുന്നു. കേരള സർക്കാരിന്റെയും തിരുവനന്തപുരം നഗരസഭയുടെയും സാംസ്കാരിക സ്ഥാപനങ്ങളുടെയും മീഡിയ വോയ്സ് വാർത്താ മാസികയുടെയും സഹകരണത്തോടെ പൂർത്തീകരിക്കുന്ന ഡോക്യുമെന്ററി ക്ഷണിക്കപ്പെട്ട സദസിന് മുന്നിൽ പ്രദർശിപ്പിക്കും. ക്യാമറ : മനോജ്കുമാർ. പി ആർ ഒ: റഹിം പനവൂർ. സംവിധാന സഹായം : അനിൽ മീഡിയ.

തഞ്ചമെടാ നീയെനക്ക് സീഡി പ്രകാശനം



എം. ചാർളി നിർമ്മിച്ച് തിരക്കഥയും സംഭാഷണവും എഴുതി ചീഫ് എഡിറ്റിംഗും നിർവ്വഹിച്ച് സംവിധാനം ചെയ്യുന്ന തഞ്ചമെടാ നീയെനക്ക് എന്ന തമിഴ് സിനിമയിലെ ഗാനങ്ങളുടെ ഓഡിയോ - വീഡിയോ സീഡി പ്രകാശനം തിരുവനന്തപുരത്ത് നടന്നു. വി.എസ്. ശിവകുമാർ എം.എൽ.എ. ചടങ്ങ് ഉദ്ഘാടനം ചെയ്തു. തമിഴ്നാട് മുൻ എം.എൽ.എ. അപ്പു നടേശന് സിഡി നൽകി വി.എസ്. ശിവകുമാർ എം.എൽ.എ. പ്രകാശന കർമ്മം നിർവ്വഹിച്ചു. മന്ത്രി കടകംപള്ളി സുരേന്ദ്രൻ ടീസർ പ്രദർശനോദ്ഘാടനം നിർവ്വഹിച്ചു. പ്രൊഫ: ടി.ജെ. ചന്ദ്രചൂഢൻ മുഖ്യ പ്രഭാഷണം നടത്തി. ഗായകനും സംഗീത സംവിധായകനുമായ ഡോ: പന്തളം ബാലൻ അധ്യക്ഷനായിരുന്നു. ഗായകരായ അൻവർ സാദത്ത്, ദീക്ഷ്, അഖിലാ ആനന്ദ്, ചിത്രത്തിന്റെ സംഗീത സംവിധായകൻ ഡോ:വാഴമുട്ടം ബി.ചന്ദ്രബാബു, കലാപ്രേമി ബഷീർ ബാബു, പത്മജാ രാധാകൃഷ്ണൻ, തെക്കൻ സ്റ്റാർ എസ്. ബാദുഷ, പനച്ചമൂട് ഷാജഹാൻ, ചിത്രത്തിലെ നായിക സുരഭി പ്രേം, ധർമ്മ ബാംഗ്ലൂർ, ബിനീഷ് ബാസ്റ്റിൻ, ശരണ്യാ ഷാജി, കഥാകൃത്ത് നിസാം ബീമാപ്പള്ളി, പി.ആർ.ഒ.റഹിം പനവൂർ, സലാം കുന്നത്ത്, എ.കെ.എസ്., എസ്.പി.ശേഖർ, അഷ്ടമൻ പോറ്റി, അമ്മു നായർ ഡി.എ. തുടങ്ങിയവർ സംസാരിച്ചു. സസ്പെൻസ് നിറഞ്ഞ പ്രണയത്തെക്കുറിച്ചാണ് ഈ ചിത്രം പറയുന്നത്.

റഹിം പനവൂർ, പി.ആർ.ഒ. ഫോൺ: 9946584007



TODAY'S GENERATION
NEEDS ALL THE ANSWERS
പുതിയ മുഖം
പുതിയൊരനുഭവം
ഇനിയും ബെത്സാദ മാസിക
വായിച്ചിട്ടില്ലെങ്കിൽ ഉടൻ
വായിക്കുക... വരിക്കാരാകുക.
നിങ്ങളുടെ ബന്ധുമിത്രാധികളെയും
ഇത് വായിപ്പിക്കുക.
ബെത്സാദ
മാഗസിൻ
വാർഷിക വരിസംഖ്യ
200 രൂപ
മൂന്നു വർഷത്തേക്ക് 500 രൂപ
ഒറ്റപ്രതി 20 രൂപ
Cheques/D.D./M.O in favour of
"GuardianAngel Publications"
vengola P.O, Vengola,
Perumbavoor, Ernakulam, Kerala- 683 556,
Ph: 0484 - 2529851, 9947176922,
E-mail: bethsada@gmail.com,
A/c: Federal Bank, Vengola,
A/c No: 18240100013327, IFSC Code: FDRL 0001824

മദമിളകിയ ആംബുലൻസുകൾ



ആംബുലൻസ് കടത്തി വിട്ടില്ലെങ്കിൽ 10000 രൂപ പിഴയെന്ന പത്രവാർത്ത കണ്ടപ്പോൾ വളരെ നല്ല ഒരു വാർത്തയായാണ് പലർക്കും തോന്നിയത്.

പുതു ഗതാഗത നിയമങ്ങൾ ഏറെ സ്വാഗതാർഹവും ഉപകാരപ്രദവുമായാണ് എല്ലാവരും കരുതിയതും. ശരിയാണ്, ബോധവൽക്കരണം കൊണ്ടൊന്നും ഇവിടെ പ്രത്യേകിച്ച് നമ്മുടെ നാട്ടിൽ ഒരു കാര്യവുമില്ല. വിദ്യാസമ്പന്നനായ എന്നെ പഠിപ്പിക്കാൻ ഇവനാര് എന്ന മനോഭാവമാണ് അധികം പേർക്കും.

പിഴയീടാക്കുന്നത് തന്നെയാണ് വേണ്ടതും, അതാണ് നല്ലതും. എല്ലാറ്റിനും തെറ്റ് കാണുകയാണെന്ന് ആരും കരുതരുത്. ക്ഷമിക്കണം.

ഇവിടെ നാം ഒരു കാര്യമുണർത്താതെ വയ്യ. ആംബുലൻസ് ഇപ്പോൾ റോഡിലെ കളിക്കുട്ടിയായി മാറിയിരിക്കുകയാണ്. ആംബുലൻസിനെ സർക്കാർ പിൻതുണച്ചത്തോടെ ഒടുക്കത്തെ വേഗതയിലാണിപ്പോൾ അവരുടെ യാത്രകൾ. ഒരിക്കലും എത്താത്തതിനേക്കാൾ നല്ലത് ഒരല്പം വൈകുന്നതാണെന്ന ചിന്തയില്ലാതെ വെപ്രാളവും പരക്കം പാച്ചലുമാണ് നാടെങ്ങും ഇതിന് പിന്നിൽ നടക്കുന്ന പലവിധ പ്രശ്നങ്ങളും, മറ്റുള്ളവർക്കുണ്ടാകുന്ന പ്രയാസങ്ങളും അധികാരികൾ ഒന്ന് പഠിക്കുന്നത് വളരെ നല്ലതാണ്.

സർക്കാറിന്റെ വൻ പിൻതുണ ലഭിച്ചപ്പോൾ ആംബുലൻസ് വെറുതെയങ്ങ് തിരക്ക് കാട്ടി, അമിത വേഗതയിലങ്ങനെ പറക്കുന്നത് അധികാരികൾ കാണുന്നില്ലേ?

അമിത വേഗതയിൽ (മണിക്കൂറിൽ, 120 കിലോമീറ്ററിലേറെ) വരുന്ന ആംബുലൻസുകൾ ഒരു പാട് അപകടങ്ങൾ നമ്മുടെ നാട്ടിൽ ഉണ്ടാക്കുന്നുണ്ട്. ഉണ്ടാക്കിയിട്ടുണ്ട്. ഇടിച്ച് തെറിപ്പിറക്കുന്നവർ അവരായിരിക്കില്ല. കാരണക്കാർ ആംബുലൻസുകാരാണെന്നതിൽ യാതൊരു വിധ സംശയവും വേണ്ട. അവർ പലരെയും ഇവിടെ വഴി തെറ്റിക്കുകയാണ്.

നാല് വശത്ത് നിന്ന് റോഡുകൾ വന്ന് ചേരുന്ന ഒരു സിഗ്നൽ ജങ്ഷനിൽ മറ്റുള്ള വണ്ടികൾ കാത്ത് നിൽക്കുമ്പോൾ, ഇങ്ങനെ വേഗതയേറിയ ആംബുലൻസ് സിഗ്നൽ വകവെക്കാതെ, ഗതാഗത നിയമങ്ങൾ ലംഘിച്ച്, എവിടെ നിന്നും വരുന്നുവെന്നറിയാതെ, കാണാതെ, ഊഹിക്കാനാവാതെ, എങ്ങോട്ട് മാറണമെന്ന് അറിയാതെ, പ്രയാസപ്പെടുന്നവർ ഏറെയാണ്. ഇവരാണ് പലപ്പോഴും മറ്റു വണ്ടികളുമായി തട്ടിയും മുട്ടിയും കൂട്ടിയിടിച്ചും വൻ അപകടത്തിൽപ്പെടുന്നതും. ആംബുലൻസ് അവരുടെ ഇഷ്ടത്തിന് തലങ്ങും വിലങ്ങും നോക്കാതെ ഇതിനകം അവിടെ നിന്നും കടന്ന് പോയി കാണും.

ഇതിനിടയിൽ ആശയക്കുഴപ്പത്തിൽ, അപകടത്തിൽപ്പെട്ടവർ, അവിടെ കിടന്ന് അടിപിടികൂടുന്നതിന് കാരണക്കാരൻ അമിത വേഗതയിൽ കടന്ന് പോയ ആംബുലൻസാണെന്ന്, അപകട സ്ഥലത്ത് ഓടിയെത്തുന്ന അധികാരികൾ ആരും തന്നെ അറിയുകയുമില്ല.

ഒരു സെക്കന്റിൽ 300 മീറ്ററിലേറെ താണ്ടിയാണ് ഇവരുടെയൊക്കെ അമിത വേഗത്തിലുള്ള ഈ വരവും. കണ്ണിൽ പൊടാത്തത്ര മിന്നൽ വേഗതയിൽ കടന്ന് പോകുന്നതു കൊണ്ടാണ് ഇത്രയും അപകട പരമ്പരകൾ ഏറുന്നതും. മക്കൾ നഷ്ടപ്പെടുന്ന അമ്മമാരുടെ സങ്കടങ്ങൾക്ക് ഒരറുതി വരാത്തതും.

ഇതോടൊപ്പം നമ്മുടെയൊക്കെ മാതാപിതാക്കളാണ് ദു:ഖം താങ്ങാനാവാതെ വേദന തിന്ന് കാലം കഴിക്കുന്നതെന്നോർക്കണം നാം. അതു കൊണ്ട് തന്നെ ഇവരുടെ പ്രവർത്തനോദ്ദേശ്യങ്ങളും അധികാരികൾ ഒന്ന് പഠിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

ഏറെ അത്യാധുനിക സൗകര്യങ്ങളും വിദഗ്ദ്ധ ഡോക്ടർമാരുമുള്ള ഒരു സൂപ്പർ സ്പെഷാലിറ്റി ഹോസ്പ്പിറ്റലിൽ നിന്നും, മറ്റൊരു സാധാരണ ആശുപത്രിയിലേക്ക് ഒരു പരിചയക്കാരൻ ഡോക്ടറുടെ പേരും പറഞ്ഞ് 100 ലെറെ മൈലുകൾ താണ്ടി ഇവർ നാടെങ്ങും മരണം വിതച്ച്, ഈ റോഡിലൂടെ ഇങ്ങനെ പറക്കുന്നതെന്തിനെന്നും വഴിയിൽ, യാത്രയിൽ, മരണപ്പെട്ട് പോകുന്ന ഒരു രോഗിയെ പിന്നെയും ചികിത്സയുടെ പേരും പറഞ്ഞ്, ഒരു ദിവസം അവിടെ കിടത്തുന്നതെന്തിനെന്നും ഇങ്ങനെ പണം വാരുന്നതിന്റെ ലക്ഷ്യമെന്തെന്നുമെല്ലാം അധികാരികൾ ഒന്ന് അന്വേഷിക്കേണ്ടതാണ്.

ഒരു പിടി പേരെ അപകടത്തിലാഴ്ത്തുന്ന രീതിയിൽ, ഭയാനകമായ അന്തരീക്ഷം സൃഷ്ടിച്ച് വിലസുന്നവരെ ബന്ധപ്പെട്ടവർ കണ്ടില്ലന്നു നടിക്കരുത്. സർക്കാർ റോഡുകൾ ഇവരുടെത് മാത്രമല്ലെന്നും നികുതി നൽകുന്ന ജനങ്ങളുടേതു കൂടിയാണെന്നും ഇവർ മനസ്സിലാക്കേണ്ടതുണ്ട്. വേണ്ടപ്പെട്ട അധികാരികൾ ഇവരെ അവ ബോധിപ്പിക്കേണ്ടതും പഠിപ്പിക്കേണ്ടതുമുണ്ട്. ●



ആസിഫ് അലി കോമു
മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ
കോമു സൺസ് പ്രൊഡക്ഷൻസ്



ശരിയായ ശരീരഭാവം

നിങ്ങളുടെ ശരീരഭാവം നിങ്ങളുടെ ഭാഗം നിർണ്ണയിക്കുന്നു – ബ്രാഡ്‌ലി കൂപ്പർ

ശരീരഭാവം അഥവാ ബോഡി പോസ്ച്ചർ എന്നത് ശരീരഭാഷയിൽ ഏറ്റവും പ്രാധാന്യം അർഹിക്കുന്ന കാര്യമാണ്. ആത്മവിശ്വാസം മുതൽ അധികാരം വരെ, അലസത മുതൽ വിധേയത്വം വരെ പ്രകടിപ്പിക്കുവാൻ കഴിയുന്ന ശക്തമായ ശരീരഭാഷാ മാർഗമാണ് ശരീര ഭാവം എന്നത്. ശരിയായ ബോഡി പോസ്ച്ചർ ഒരു വ്യക്തിക്ക് ആത്മവിശ്വാസം ഉള്ളതിന്റെ പ്രതീതി നൽകുന്നു.

ജീവിതത്തിന്റെ സമസ്ത മേഖലകളിലും പ്രാധാന്യമുള്ള ശരീരഭാഷയാണ് ശരീരഭാവമെന്നത്. നടക്കുമ്പോഴും ഇരിക്കുമ്പോഴും നിൽക്കുമ്പോഴും കിടക്കുമ്പോഴും ഭക്ഷണം കഴിക്കുമ്പോഴും ശരീരഭാവത്തിന് വലിയ പ്രാധാന്യമാണുള്ളത്. 'ഇരിപ്പു നന്നായാലേ പഠിപ്പു നന്നാവൂ' എന്ന ചൊല്ല് രൂപപ്പെട്ടതും ശരീരഭാവത്തിന്റെ പ്രാധാന്യത്തിൽ നിന്ന് ആവാനേ തരമുള്ളൂ. 'നിൽക്കുന്ന രീതിയും ശരീരഭാവവും മാനസികാവസ്ഥയെ പ്രതിഫലിപ്പിക്കുന്നു' എന്നാണ് ആയോധന കലാകാരനും ജാപ്പനീസ് ആയോധന കലയായ ഐകിഡോയുടെ സ്ഥാപകനുമായ മോറീഹെ ഉഷീബ പറഞ്ഞ് വയ്ക്കുന്നത്.

തുറന്ന ഭാവവും അടഞ്ഞ ഭാവവും

ശരീരഭാവം പ്രധാനമായും രണ്ട് തരത്തിലാണുള്ളത്. തുറന്ന ശരീരഭാവവും അടഞ്ഞ ശരീരഭാവവും. ഇതിലൊരു ഭാവം നല്ലതെന്നോ മറ്റൊന്ന് ചീത്തയെന്നോ നമുക്ക് പറയുവാൻ കഴിയില്ല. സാഹചര്യത്തിനനുസരിച്ചാണ് നാം ഈ ശരീരഭാവങ്ങളെ ഉപയോഗിക്കേണ്ടത്. എങ്കിലും തുറന്ന ശരീരഭാവം തുറന്ന മനസ്സിനെയും അടഞ്ഞ ശരീരഭാവം ഉത്കണ്ഠയേയും സൂചിപ്പിക്കുന്നു എന്ന് പറയുവാൻ സാധിക്കും. ശരീരഭാവം ഒരാളുടെ വ്യക്തിത്വത്തെക്കുറിച്ച് ശരിയായ സൂചന നൽകുന്നുണ്ട്. 'ആളുകൾ നിങ്ങളെ മനസ്സിലാക്കുന്ന രീതിയിൽ ശരീരഭാവം ഒരു വലിയ സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്നുണ്ട്' എന്നാണ് അമേരിക്കൻ സെലിബ്രിറ്റി ഫിറ്റ്നസ് ഗുരു മേരി ബിലൻ ബോവേഴ്സ് അഭിപ്രായപ്പെട്ടത്.

കടുപ്പമേറിയതോ അലസമായതോ ആയ ഭാവത്തിന് പകരം നിവർന്ന് നിൽക്കുന്ന ഒരു ഭാവം സ്വീകരിക്കുന്നതാണ് പൊതുവേ ഉചിതം. മറ്റുള്ളവർ നമ്മോട് സംസാരിക്കുന്നത് ശ്രദ്ധിക്കുമ്പോൾ അൽപം മുന്നോട്ട് ചാഞ്ഞഭാവം അവരിൽ നമുക്കുള്ള താൽപര്യത്തെ കാണിക്കുന്നു. ചെവികളും തോളുകളും ഇടുപ്പും കാൽമുട്ടുകളും കണങ്കാലുമൊക്കെ ഒരേ നേർ രേഖയിൽ വരത്തക്കവിധത്തിൽ വിന്യസിക്കപ്പെടുന്ന ശരീരഭാവമാണ് ശരിയായ ശരീരഭാവം.

നല്ല ശരീരഭാവത്തിന്റെ ഗുണങ്ങൾ

ശരിയായ ശരീരഭാവത്തിന്റെ പ്രധാനപ്പെട്ട ഗുണങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

1. ഉയർന്ന ആത്മവിശ്വാസം

മികച്ച ബോഡി പോസ്ചർ നമുക്ക് ഒരു മികച്ച വ്യക്തിത്വവും അതുവഴി ആത്മവിശ്വാസവും പ്രധാനം ചെയ്യുന്നു.

2. ശ്വസനം എളുപ്പമുള്ളതാക്കുന്നു

മുന്നോട്ടാഞ്ഞിരിക്കുമ്പോൾ ചുരുങ്ങിയിരിക്കുന്ന ശരീരപേശികൾ നിവർന്നിരിക്കുമ്പോൾ പൂർവ്വ സ്ഥിതി



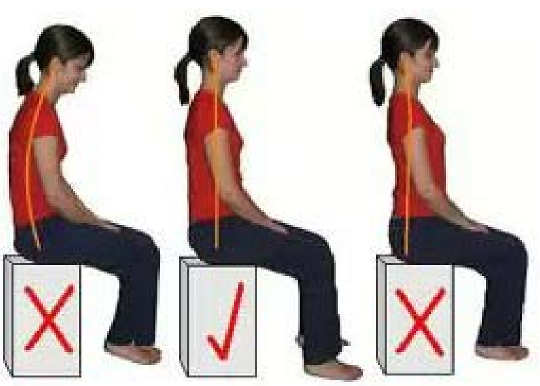
പ്രാപിക്കുകയും ശ്വസനം ആഴമുള്ളതും സുഗമവുമാക്കി തീർക്കുന്നു.

3. ഓർമ്മ മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നു

ഓർമ്മയും ശരീരഭാവവും തമ്മിൽ ബന്ധമുണ്ടെന്നാണ് പുതിയ പഠനങ്ങൾ കാണിച്ചു തരുന്നത്. ശരീരത്തിന് ലഭ്യമായ രക്തത്തിന്റെയും ഓക്സിജന്റെയും ഇരുപത് ശതമാനവും ഉപയോഗിക്കുന്നത് തലച്ചോറാണ്. നിവർന്നിരിക്കുന്ന ശരീരഭാവത്തിൽ ഇത് കൂടുതലായി തലച്ചോറിന് ലഭ്യമാകുകയും അത് ഓർമ്മയെ മെച്ചപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്യുന്നു.

ശരീരഭാവം എങ്ങനെ മെച്ചപ്പെടുത്താം

ശരിയായ ശരീരഭാവം നമ്മുടെ മനോഭാവവും മനോവീര്യവും വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു. നമ്മൾ ഇരിക്കുകയും നിൽക്കുകയും നടക്കുകയും ചെയ്യുന്ന രീതി നമ്മെക്കുറിച്ച് ധാരാളം കാര്യങ്ങൾ പറയുന്നുണ്ട്. ശരീരത്തിന്റെ ഓരോ ചലനത്തിനും പ്രകടനാത്മകവും പ്രതിരോധാത്മകവുമായ അർത്ഥങ്ങൾ ഉണ്ട്. സ്മാർട്ട് ഫോണുകളുടെ വരവോടു കൂടി മനുഷ്യന്റെ ശരീരഭാവം കൂടുതൽ പ്രതിരോധാത്മകമായിരിക്കുകയാണ്. ഇതിനെ മെച്ചപ്പെടുത്തേണ്ടത് അത്യാവശ്യമാണ്.



നിരന്തരം നിരീക്ഷിക്കുന്നതിലൂടെ ശരീരഭാവത്തെ മെച്ചപ്പെടുത്താൻ സാധിക്കും. നിരന്തരമായ പരിശ്രമത്തിലൂടെ പ്രതിരോധാത്മകമായ ഭാവങ്ങളെ നാം മാറ്റിയെടുക്കണം. താഴെ പറയുന്ന കാര്യങ്ങൾ അതിന് നമ്മെ സഹായിക്കും.

തോളുകൾ ശാന്തമായി പിന്നോട്ട് വച്ച് പരിശീലിക്കുക. ഒരു മതിലിനോട് ചേർന്ന് നിന്ന് പരിശീലിക്കുന്നത് കൂടുതൽ ഉചിതമാണ്.

- വയർ അൽപം ഉള്ളിലേക്ക് വലിച്ചു പിടിക്കുവാൻ ശ്രദ്ധിക്കുക.
- അരക്കെട്ടിന് നേരെ വരുന്ന രീതിയിൽ പാദങ്ങൾ ഉറപ്പിക്കുക.
- ശരീരഭാരം രണ്ട് കാലിലും തുല്യമായി വരത്തക്ക രീതിയിൽ ക്രമീകരിക്കുക.
- തല മുന്നോട്ടോ പിന്നോട്ടോ വശങ്ങളിലേക്കോ ചായ്ക്കാതിരിക്കാൻ ശ്രമിക്കുക.
- തലയിൽ ഒരു ബുക്ക് വച്ച് അത് താഴെ വീഴ്ത്തരുതെന്ന് സങ്കൽപ്പിച്ച് നടക്കുക.

ശരീരഭാവം എന്നത് ഒരു ശീലമാണ് അത് മെച്ചപ്പെടുത്താൻ സമയമെടുക്കും എന്നത് ഒരു യാഥാർത്ഥ്യമാണ്. മതിയായ അർപ്പണ ബോധത്തോടെ പരിശ്രമിച്ചാൽ അത്യന്തികമായി നമുക്ക് ശരീരഭാവത്തെ മെച്ചപ്പെടുത്താൻ കഴിയും. ●



അരുൺ ജോർജ്ജ് മാമ്പ്ര
അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസർ
ഭാരത് മാതാ കോളേജ് ഓഫ് കൊമേഴ്സ് & ആർട്സ്, ആലുവ
mail id: arunmampra@gmail.com



ആപ്പിളും ഐഫോണും പിക്സാറുമായി ലോകത്തെ മാറ്റി പ്രതിഷ്ഠിച്ച സ്റ്റീവ് ജോബ്സ്

ഭാഗം –19

പേഴ്സണൽ കമ്പ്യൂട്ടറുകൾ, സംഗീതം, ആനിമേഷൻ ചലച്ചിത്രങ്ങൾ, ടാബ്ലെറ്റ്, ഫോണുകൾ, ഡിജിറ്റൽ പബ്ലിഷിംഗ്, കമ്പ്യൂട്ടിംഗ് എന്നീ വ്യവസായങ്ങളിൽ വിപ്ലവം സൃഷ്ടിച്ച് ലോകത്തെ മാറ്റിമറിച്ച സർഗ്ഗാത്മക പ്രതിഭയായ സ്റ്റീവ് ജോബ്സിനെപ്പറ്റിയുള്ള പരമ്പര.

സ്റ്റീവ് ജോബ്സും ഭാര്യയും മെംഫസിലെത്തിയപ്പോൾ ജെയിംസ് ഈസൺ കാത്തു നിൽക്കുന്നുണ്ടായിരുന്നു. രാജ്യത്തെ ഏറ്റവും മികച്ചതും തിരക്കേറിയതുമായ കരൾ ട്രാൻസ്പ്ലാന്റ് യൂണിറ്റായിരുന്നു ഈസന്റേത്.

ശസ്ത്രക്രിയ വിജയകരമായിരുന്നെങ്കിലും ഉറപ്പുപറയാൻ പറ്റാത്ത അവസ്ഥയായിരുന്നു. കരൾ പുറത്തെടുത്തപ്പോൾ ആന്തരാവയവങ്ങൾക്കു ചുറ്റുമുള്ള നേർത്ത പാടയായ പെരിട്ടോണിയത്തിൽ ചില പാടുകൾ കണ്ടു. കരൾ മുഴുവനും കാൻസർ ബാധിച്ചിരുന്നതുകൊണ്ട് മറ്റുള്ള അവയവങ്ങളിലേയ്ക്കും പടർന്നിരിക്കാം. സാമ്പിളുകളെടുത്ത് പരിശോധനകൾ നടത്തി.

നേരം പുലരുന്നതിനു മുമ്പ് സ്റ്റീവ് മരിച്ചു പോകുമെന്നു തോന്നിയതുകൊണ്ട് ലോറീൻ പൗവൽ മകൻ റീഡിനെയും പെൺമക്കളെയും സ്വകാര്യ വിമാനങ്ങളയച്ചു കൊണ്ടു വന്നു. പിതാവിനെ ജീവനോടെ കാണാനുള്ള അവസാനത്തെ അവസരമാണെന്നവർ വിചാരിച്ചു. പക്ഷേ സ്റ്റീവ് ആ ഘട്ടം തരണം ചെയ്തു.

2009 മേയ് മാസത്തിൽ ജോബ്സ് തന്റെ ജെറ്റ് വിമാനത്തിൽ മെംഫസിൽ നിന്നു മടങ്ങി. സാൻ ജോസ് വിമാനത്താവളത്തിൽ സുഹൃത്തുക്കൾ കാത്തു നിന്നിരുന്നു.

ഐ – പാഡ്

2010 ജനുവരിയിൽ ഐ പാഡിന്റെ അനാഛാദനം സാൻഫ്രാൻസിസ്കോയിൽ നടന്നു. ആദ്യകാലത്ത് തന്നോടൊപ്പം ആപ്പിളിൽ പ്രവർത്തിച്ചവരെ ജോബ്സ് ഈ പ്രകാശനത്തിനു ക്ഷണിച്ചു. 2004ൽ പാൻക്രിയാസ് ഓപ്പറേഷൻ നടത്തിയ ജെഫ്രി നോൾട്ടനും കരൾമാറ്റ ശസ്ത്രക്രിയ നടത്തിയ ജെയിംസ് ഈസനും സന്നിഹിതരായിരുന്നു. സദസ്യരുടെ കൂടെ ജോബ്സിന്റെ ഭാര്യയും മകനും മോനസിംസണും ഉണ്ടായിരുന്നു.

ഐഫോണിന്റെയും ലാപ്ടോപ്പിന്റെയും ഇടയിലെന്ത് എന്ന ചോദ്യത്തിനു മറുപടിയായാണ് സ്റ്റീവ്ജോബ്സ് ഐ പാഡ് അവതരിപ്പിച്ചത്.

ഒരു മാസത്തിനുള്ളിൽ പത്തുലക്ഷം ഐ പാഡുകൾ വിറ്റു. ഒൻപതുമാസംകൊണ്ട് പതിനഞ്ചു ദശലക്ഷമാണ് വിറ്റഴിഞ്ഞത്.

ഐ പോഡ്– 2ന്റെ ഉൽഘാടന ചടങ്ങിൽ ജോബ്സ് പറഞ്ഞു.

ആദ്യത്തെ ഐ–പാഡ് ഉള്ളടക്കം സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനേക്കാൾ അതിന്റെ ഉപയോഗത്തിലാണ് മുന്നിട്ടു നിന്നിരുന്നത്. അതുകൊണ്ട് മകിന്റോഷിന്റെ ഏറ്റവും മികച്ച രണ്ട് ആപ്ലിക്കേഷനുകളായ ഗാരേജ് ബാൻഡും ഐ മൂവിയും ഇതിൽ ഉൾക്കൊള്ളിച്ചു. ഒരു ഗാനത്തിനു സംഗീതം നൽകാനും ഹോം വീഡിയോയിൽ സെപ്ഷ്യൽ ഇഫക്ടുകൾ സൃഷ്ടിക്കാനും അത്തരം സൃഷ്ടികൾ പോസ്റ്റു ചെയ്യാനും ഷെയർ ചെയ്യാനും എളുപ്പമാണ്. സോഫ്റ്റുവെയറും ഹാർഡ്‌വെയറും പൂർണ്ണമായി ഇണങ്ങിച്ചേരുന്നതിലൂടെയാണ് ലാളിത്യവും സർഗ്ഗാത്മകതയും കൈവരുന്നത്.

തന്റെ സ്ഥാപനത്തിൽ മാത്രമല്ല തന്റെ ആത്മാവിലും ഈ നിർമ്മാണ കൗശലം സ്റ്റീവ് വളർത്തിയെടുത്തു.

ഉത്ഘാടന ചടങ്ങിനുശേഷം ഫോർ സീസൺ ഹോട്ടലിലാണ് ഭക്ഷണം കഴിച്ചത്. ഭക്ഷണത്തിൽ സ്റ്റീവിനുതെല്ലും രുചി തോന്നിയില്ല. മൂന്നു പ്രാവശ്യം ഫ്രഷ് ജൂസ് ഓർഡർ ചെയ്തു. പുതിയതല്ലെന്നു പറഞ്ഞു തിരിച്ചു കൊടുത്തയച്ചു. റൊട്ടി രുചിച്ചു നോട്ടിയിട്ട് തിന്നാൻ കൊള്ളുകയില്ലെന്നു പറഞ്ഞ് മാറ്റിവെച്ചു. സലാഡും ഐസ്ക്രീമും കഴിച്ചു.

ദിവസം ഇരുപത്തിനാലു മണിക്കൂർ വീതം രണ്ടു ദിവസം നീണ്ടുനിന്ന ഒരു മീറ്റിംഗിൽ സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് മകനെ കൂടികൊണ്ടുപോയി. അന്ന് ഹൈസ്ക്കൂളിൽ സീനിയർ ക്ലാസ്സിൽ പഠിക്കുകയായിരുന്നു മകൻ റീഡ്.

ബിസിനസ്സ് സ്ക്കൂളിൽ രണ്ടു വർഷം പഠിക്കുന്നതിനേക്കാൾ കൂടുതൽ കാര്യങ്ങൾ അവിടെ നിന്നും നിനക്കു പഠിക്കാം സ്റ്റീവ് മകനോടു പറഞ്ഞു. 'ഒന്നാം കിടക്കാർ കടുത്ത തീരുമാനങ്ങളെടുക്കുന്നതെങ്ങനെയാണെന്നു നിനക്കു കാണാം.' ആ അനുഭവത്തെക്കുറിച്ചുള്ള ഓർമ്മയിൽ അദ്ദേഹം കരഞ്ഞുപോയി.

'അങ്ങനെ ഒരവസരത്തിനുവേണ്ടി എന്തു ത്യാഗവും സഹിക്കാൻ ഞാൻ തയ്യാറായിരുന്നു. എങ്ങനെയാണ് അവന്റെ അച്ഛൻ ജോലിചെയ്യുന്നതെന്ന് അവൻ കണ്ടു പഠിക്കണം.'

രോഗവും വേദനയുമായി കഴിയുന്ന ഒരാൾ സദാസമയവും സ്വന്തം നശ്വരതയെക്കുറിച്ച് ഓർമ്മിച്ചു





പോകുമെന്ന് സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് ചിന്തിച്ചു. അതീവ ജാഗ്രതയോടെ ഇരുന്നില്ലെങ്കിൽ അവിശ്വസനീയമായ പല കാര്യങ്ങളും ചെയ്തു പോകും. ഒരു വർഷത്തിനപ്പുറമുള്ള കാര്യങ്ങൾ പ്ലാൻ ചെയ്യാൻ മടിക്കും, അതു പാടില്ല. അനേക വർഷം ഇനിയും ജീവിച്ചിരിക്കുമെന്നപോലെ പ്ലാൻ ചെയ്യണം. ആ ചിന്തയിലാണ് ഒരു ആഢംബരകപ്പൽ നിർമ്മിക്കാൻ സ്റ്റീവ് തീരുമാനിച്ചത്.

കരൾ മാറ്റിവെയ്ക്കൽ ശസ്ത്രക്രിയയ്ക്കു മുമ്പ് സ്റ്റീവ് ലൊറീൻ പവ്വലും മക്കളുമൊത്ത് അവധിക്കാലം ആഘോഷിക്കാൻ മെക്സിക്കോയിലേയ്ക്കോ ദക്ഷിണ പസഫിക്കിലേയ്ക്കോ മെഡിറ്ററേനിയനിലേയ്ക്കോ നൗക വാടകയ്ക്കെടുത്ത് പോകുമായിരുന്നു. പലപ്പോഴും നൗകയുടെ രൂപ ഭംഗി ഇഷ്ടപ്പെടാതെ യാത്ര നിറുത്തി കോന വില്ലേജിലേക്കു പറക്കും.

ഇറ്റാലിയൻ തീരത്തേക്കും ഏതൻസിലേക്കും തുർക്കിയിലെ എഫേസസിലേയ്ക്കുമുള്ള കപ്പൽ യാത്ര സ്റ്റീവിന് ഏറെ ഇഷ്ടപ്പെട്ടതായിരുന്നു. ഒരു ടർക്കിഷ് പ്രൊഫസർ യുവാക്കൾക്കിടയിലെ ആഗോളവൽക്കരണത്തെക്കുറിച്ചു നടത്തിയ പ്രഭാഷണം സ്റ്റീവിനെ ചിന്തിപ്പിച്ചു.

മറ്റിടങ്ങളിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തമായ ടർക്കിഷ് കാപ്പിയാണ് അവർക്കായി തയ്യാറാക്കിയിരിക്കുന്നതെന്ന് പ്രൊഫസർ പറഞ്ഞു. പക്ഷേ തുർക്കിയിലെ ഒരു കുഞ്ഞിനു പോലും ടർക്കിഷ് കാപ്പിയിൽ താൽപര്യമില്ല. ലോകത്തിൽ മറ്റെല്ലായിടത്തും ഉള്ളതു തന്നെയാണ് ഇസ്താംബുളിലെ യുവാക്കളും കുടിക്കുന്നത്. അവരുപയോഗിക്കുന്ന ഫോണുകളുടെ കൂട്ടത്തിൽ ടർക്കിഷ് ഫോൺ എന്നൊരു സാധനമില്ല. തുർക്കിയിലെ യുവാക്കൾക്കു വേണ്ടി ഒരു മ്യൂസിക് പ്ലെയറും ഉണ്ടാക്കുന്നില്ല. ഇപ്പോൾ എല്ലാവരുടെയും ലോകം ഒന്നാണ്.

ഉല്ലാസ നൗക നിർമ്മിക്കുന്ന പദ്ധതിയുമായി സ്റ്റീവ് മുന്നോട്ടു പോയി. അതു പൂർത്തിയാകുന്നതുവരെ താൻ ജീവിച്ചിരിക്കുകയില്ലെന്ന തോന്നലും അദ്ദേഹത്തിനുണ്ടായി. ആ വിചാരം സ്റ്റീവിനെ ദു:ഖത്തിലാഴ്ത്തി. കപ്പലിന്റെ പണി നിർത്തിവെയ്ക്കുകയും താൻ കുറെ വർഷങ്ങൾ കൂടി ജീവിച്ചിരിക്കുകയും ചെയ്താലോ? അതു വലിയ നിരാശയ്ക്കിടവരുത്തും അതുകൊണ്ട്



ജോലി തുടരാൻ തന്നെ തീരുമാനിച്ചു.

ഉല്ലാസ നൗകകളുടെ പല മാതൃകകൾ അദ്ദേഹത്തിന്റെ പക്കലുണ്ടായിരുന്നു. ആപ്പിൾ സ്റ്റോറിലേതുപോലെ വലിയ കണ്ണാടികളാണ് കാബിൻ ജനാലകൾക്ക്. തേക്കിൻ തടികൊണ്ടു നിർമ്മിച്ച മുകൾത്തട്ട്. നാൽപ്പതടി നീളവും പത്തടി ഉയരവുമുള്ള സ്ഫടിക ചുമരുകൾ.

ഡച്ച് ബോട്ടു നിർമ്മാതാക്കളായ ഫീഡ് ഷിപ്പ് (Feed Ship) ആണ് നിർമ്മാണം ഏറ്റെടുത്തത്. താൻ മരിക്കുമ്പോൾ പകുതി നിർമ്മിച്ച കപ്പലായിരിക്കും ലോറീൻ പവ്വലിനു കിട്ടുന്നതെന്ന് അദ്ദേഹം വിചാരിച്ചു. ജോലി തുടർന്നില്ലെങ്കിൽ തന്റെ മരണം ആസന്നമായെന്ന് മറ്റുള്ളവർ കരുതുമെന്ന ബോദ്ധ്യമുണ്ടായതിനാൽ നിർമ്മാണം നിറുത്തിയില്ല.

സ്റ്റീവ് ജോബ്സിന്റെയും ലോറീൻ പവ്വലിന്റെയും ഇരുപതാം വിവാഹ വാർഷികം. പലപ്പോഴും ഭാര്യക്ക് അർഹമായ പരിഗണന നൽകിയിട്ടില്ലെന്ന് സ്റ്റീവ് സമ്മതിച്ചു. വിവാഹം കഴിക്കുന്ന സമയത്ത് ഭാവിയെപ്പറ്റി ഒന്നും അറിഞ്ഞുകൂടായിരുന്നു. ഇതിനേക്കാൾ നന്നായി പെരുമാറാൻ തനിക്കറിഞ്ഞുകൂടാ. ഒരു മഹാഭാഗ്യവാനാണ് താൻ. ബുദ്ധിയും സൗന്ദര്യവും ഉള്ള നല്ലൊരു സ്ത്രീയാണ് ലോറീൻ. എല്ലാം അവൾ സഹിച്ചു. ഇപ്പോൾ രോഗിയായ തന്നെയും സഹിക്കുന്നു.

യോസ് വൈറ്റിലെ അഹ്വാനി ഹോട്ടലിൽ വെച്ചായിരുന്നു അവരുടെ വിവാഹം. ഇരുപതാം വാർഷികം അവിടെവെച്ച് ആഘോഷിക്കാൻ തീരുമാനിച്ചു. വിവാഹദിവസം താനും പൗവ്വലും താമസിച്ച സ്യൂട്ട് ബുക്കു ചെയ്യാനായി ഹോട്ടലിലേക്ക് വിളിച്ചു. ആ ഹോട്ടലിലെ മുറികളെല്ലാം ബുക്കു ചെയ്തു പോയെന്ന മറുപടിയാണ് കിട്ടിയത്. തങ്ങളുടെ സ്യൂട്ടു ബുക്കു ചെയ്തവരോട് അത് ഒഴിഞ്ഞു തരാൻ പറ്റുമോയെന്ന് തിരക്കാൻ ഹോട്ടലുടമയോട് ആവശ്യപ്പെട്ടു. അവർക്കു മറ്റൊരു വാരാന്ത്യം ചെലവഴിക്കാനുള്ള ചെലവു താൻ നൽകാമെന്നും പറഞ്ഞു. ആ നല്ല മനുഷ്യൻ മറുപടി പറഞ്ഞു 'ഇരുപതാമത്തെ വിവാഹ വാർഷികമല്ലേ, ആ മുറി നിങ്ങളെടുത്തോളൂ'. ●



ബാറ്റൺ ബോസ്
നോവലിസ്റ്റ്, തിരക്കഥാകൃത്ത്,
ചാനൽ പ്രോഗ്രാം ഡയറക്ടർ

Homage

എം.ജെ.രാധാകൃഷ്ണൻ



മൂന്നു പതിറ്റാണ്ടോളം നീളുന്ന സിനിമാ ജീവിതത്തിൽ എഴുപത്തഞ്ചോളം സിനിമകൾക്ക് ഛായാഗ്രഹണം നിർവഹിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഏക് അലഗ് മോസം എന്ന ഹിന്ദി ചിത്രത്തിന് ഛായാഗ്രഹണം നിർവഹിച്ച് ബോളിവുഡിലുമെത്തി. ഷാജി.എൻ.കരുൺ ഒരുക്കിയ 'ഓള്' ആണ് അവസാന ചിത്രം. മികച്ച ഛായാഗ്രാഹകനുള്ള കേരള സംസ്ഥാന ചലച്ചിത്രപുരസ്കാരം ഏഴു തവണ ഇദ്ദേഹത്തിന് ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്. നിരവധി അന്താരാഷ്ട്ര പുരസ്കാരങ്ങൾക്കും അർഹനായിട്ടുണ്ട്. സ്റ്റിൽ ഫോട്ടോഗ്രാഫറായാണ് രാധാകൃഷ്ണൻ തന്റെ കരിയർ ആരംഭിക്കുന്നത്. ഷാജി.എൻ.കരുൺ ഛായാഗ്രാഹകനായ നിരവധി ചിത്രങ്ങളിൽ സ്റ്റിൽ ഫോട്ടോഗ്രാഫറായി പ്രവർത്തിച്ചു. പിന്നീട് ഷാജി എൻ കരുണിന്റെ കീഴിൽ അസോസിയേറ്റ് ഛായാഗ്രാഹകനായി. അലി അക്ബർ സംവിധാനം ചെയ്ത് 1988-ൽ പുറത്തിറങ്ങിയ മാമലകൾക്കപ്പുറത്താണ് സ്വതന്ത്ര ഛായാഗ്രാഹകനാകുന്ന ആദ്യ ചിത്രം.

കളിയാട്ടം, ദേശാടനം, കരുണം, തീർത്ഥാടനം, കണ്ണകി, പരിണാമം, കൂട്ട്, മകൾക്ക്, നാല് പെണ്ണുങ്ങൾ, ഗുൽമോഹർ, വിലാപങ്ങൾക്കപ്പുറം, പേരറിയാത്തവർ, കാട് പൂക്കുന്ന നേരം, ഓള് തുടങ്ങി എഴുപത്തഞ്ചോളം സിനിമകൾക്ക് ഛായാഗ്രഹണം നിർവഹിച്ചിട്ടുണ്ട്. ദേശാടനം, കരുണം, അടയാളങ്ങൾ, ഒറ്റക്കയ്യൻ, ബയോസ്കോപ്പ്, വീട്ടിലേക്കുള്ള വഴി, ആകാശത്തിന്റെ നിറം, കാട് പൂക്കുന്ന നേരം എന്നീ ചിത്രങ്ങൾക്ക് മികച്ച ഛായാഗ്രാഹകനുള്ള സംസ്ഥാന പുരസ്കാരം സ്വന്തമാക്കിയിട്ടുണ്ട്. 2019 ജൂലൈ 12ന് 61-ാം വയസ്സിൽ അന്തരിച്ചു.

Model Code: 120/2019

Farah Titina

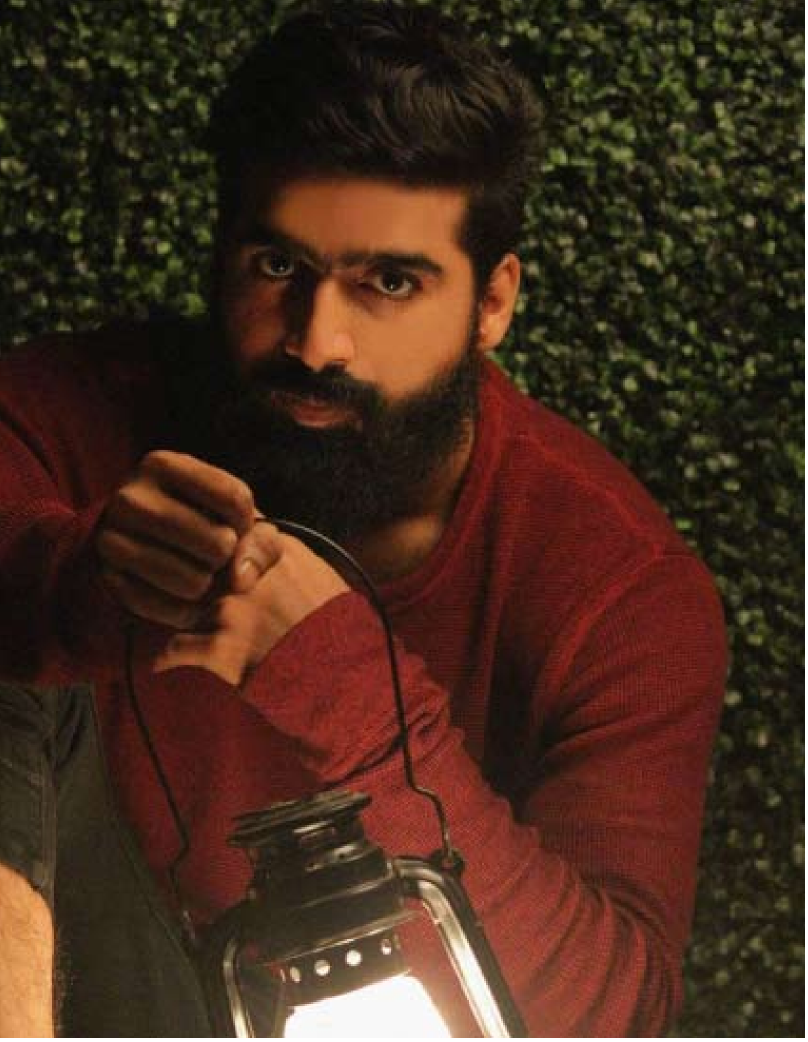
Farah Titina is an Indian actress and model. She made her debut in Kannada-Telungu Movie 2 friends (Telugu) and Snehave preethi (Kannada). Farah has done many commercial ads. Recent ones are for Jeevan Saathi.com, Nestle, Pantene, Garnier, Imagica, Brand Factory, Centrefresh, Reliance and Cigna Insurance... Some more include Ads for Linen club, Asus mobile, ICICI bank, Tata Salt Etc and TV promos.













Model Code: 121/2019 Jarvin George

Want to be a Model in Advertising ?

മോഡലിംഗ് രംഗത്തേക്ക് കടക്കുവാൻ താൽപര്യമുള്ളവർ ഫോട്ടോയും ബയോഡേറ്റയും അയയ്ക്കുക.

പോർട്ഫോളിയോ എടുത്തിട്ടില്ലാത്തവർക്ക് പ്രൊഫഷണൽ ഫോട്ടോഗ്രാഫേഴ്സിന്റേയും മേക്കപ്പ് പ്രൊഫഷണൽസിന്റേയും സഹകരണത്തോടെ മിതമായ നിരക്കിൽ പോർട്ഫോളിയോ തയ്യാറാക്കി നൽകുന്നതാണ്.

effectiveadcom@gmail.com
Ph: 08593 998705

Model Code:122/2019 Jithu





Mind their language

the other truth

So Mie is a copywriter currently working at an advertising agency in UAE. His career spans over 29 years with stints at industry leading creative houses in Keralam and numerous campaigns. He also used to engage students in advertising at the School of Communications, Mahatma Gandhi University.



So Mie

You meet. You fall in love. You get married. And you fight with each other for the rest of your life.

That's the funniest – and scariest - thing about ordinary men and women. The reasons for the fight can be silly or serious. They can be either emotional or material or both. Disillusionment. Dissatisfaction. Disgust. Wealth, and the lack of it. Beauty, and the wrong side of it. Intimacy, and the sharing of it. Control, and the excess of it. Ego, and the dominance of it… Or it could be a heady cocktail of some or all of these.

But have you heard of a couple fighting over their language differences?

Well, I hadn't, until I was witness to such a bizarre scene. It was a young couple. And it was the wife who was intent on picking up every 'odd' word the husband uttered and sarcastically throwing it back at him. Don't think that those words were obscene or abusive or even remotely inappropriate in any context.

It so happened that they spoke two dialects of the same language. And to the suspecting ear of the wife, the husband's dialect sounded insulting and substandard. But to him, they were normal everyday speak he had been used to since childhood. To him, her allegations seemed utterly irrational. And after trying to convince her in vain, what he did was to go into mute mode whenever she was around. After all, it was his responsibility to keep the relationship going, 'for the sake of their child' as he said.

I wonder whose dialect the child would follow when he starts speaking. I'm worried for his safety in case he picks up a few words from his father!

I think dialects make a language all the more interesting. When early humans on different parts of the earth realized that they could 'speak', they went on a speaking spree. The result was the birth of hundreds of languages and thousands of dialects. It was a breathtaking, beautiful celebration of the vocal chords.

But no single language can claim provenance of this verbal big bang. No one can say it all began in one family with a common mother tongue. And if anyone says his language is better than the other, it's his mistake and his inefficiency to understand the other.

There are about 6099 surviving spoken languages in the world today. And about 2000 of them are endangered. Many causes could be cited for the slow death of languages. Deliberate silencing, ethnic cleansing, lack of written scripts, inadequate exposure, and complex syntax and grammar are top on the list.

At a time when we hear puerile calls for a 'one nation, one language' policy by pseudo-nationalists to push their tongue into others', verbal diversity must be given an ear. We must nurture all languages and take intensive care of the dying ones. Sanskrit of the Indo-European lineage and the Eranadan Malayalam of the Dravidian line should be revived with equal fervor. Students must be given the freedom to choose the languages they want to study and the dialects they want to speak.



Different words. Distinct pitches. Same meaning: 'he's a smart boy!'. From Kasargod to Thiruvananthapuram, Malayalam is rich in diversity.

Equally important is the need to accept changes in the existing languages. Innovations such as the recent internet lingo should be met with enthusiasm. Who knows, this teen text-talk might evolve as a full-blown language in the coming decade. Of course, with a string of dialects in tow.

And then, we might even have a word for 'a wife who hates her husband just because she doesn't like his dialect'. Give it a go, anyone?

Printed, Published and Owned by Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001 Kerala. and Printed at Southern Printing House, Sastri Road Extn., Mugal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala.


62,95,000